



Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Universidad del Perú. Decana de América

Dirección General de Estudios de Posgrado

Facultad de Ciencias Contables

Unidad de Posgrado

**“Análisis de las tendencias del consumo de la quinua y
exportación al mercado de los Estados Unidos”**

TESIS

Para optar el Grado Académico de Magíster en Comercio
Internacional y Aduanas

AUTOR

Pamela Cinthya KU SORIA

ASESOR

Gustavo Moisés MEJÍA VELÁSQUEZ

Lima, Perú

2019



Reconocimiento - No Comercial - Compartir Igual - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Usted puede distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir del documento original de modo no comercial, siempre y cuando se dé crédito al autor del documento y se licencien las nuevas creaciones bajo las mismas condiciones. No se permite aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros a hacer cualquier cosa que permita esta licencia.

Referencia bibliográfica

Ku, P. (2019). *Análisis de las tendencias del consumo de la quinua y exportación al mercado de los Estados Unidos*. Tesis para optar grado de Magíster en Comercio Internacional y Aduanas. Unidad de Posgrado, Facultad de Ciencias Contables, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.

METADATA COMPLEMENTARIA

CÓDIGO ORCID DEL ASESOR:

GUSTAVO MOISES MEJIA VELASQUEZ

<https://orcid.org/0000-0003-0588-5058>

INSTITUCIÓN QUE FINANCIA:

Financiamiento personal

UBICACIÓN GEOGRÁFICA:

1. De la investigación en general (Ciudad de Lima)

Longitud: -77.0282

Latitud: -12.0431

Elevación: 101 msnm

2. Del trabajo de Campo:

- a) Ayacucho

Longitud: -74.2232

Latitud: -13.1587

Elevación: 2678 msnm

- b) Junín

Longitud: -75.2106

Latitud: -12.0681

Elevación: 3256 msnm

- c) Puno

Longitud: -70.0198975

Latitud: -15.8422

Elevación: 3810 msnm

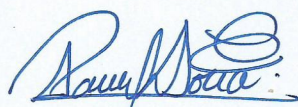
RANGO DE AÑOS DE LA INVESTIGACIÓN:

Periodo 2013 – 2018

DNI NÚMERO:

PAMELA CINTHYA KU SORIA

Nº: 43825292


Código 13117332



Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Universidad del Perú. Decana de América

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES

UNIDAD DE POSGRADO

**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS DE
GRADO ACADÉMICO DE MAGÍSTER EN COMERCIO INTERNACIONAL Y ADUANAS
N°006-VDIP-DUPG-FCC/2019**

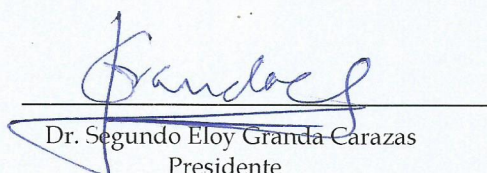
En la ciudad de Lima, a los 14 días del mes de Junio del 2019 a las 10:00 horas, en el Salón de Grados de la Facultad de Ciencias Contables de la UNMSM, bajo la Presidencia del Dr. Segundo Eloy Granda Carazas; con la asistencia de los Miembros del Jurado: Dra. Jeri Gloria Ramón Ruffner de Vega; Dr. Gustavo Moisés Mejía Velásquez; Dr. Javier Gustavo Oyarse Cruz; y, el; Dr. Esteban Castro Díaz; la aspirante a **MAGÍSTER EN COMERCIO INTERNACIONAL Y ADUANAS**, Bach. Pamela Cinthya Ku Soria, procedió hacer la exposición y defensa pública de su Tesis titulada: **ANÁLISIS DE LAS TENDENCIAS DEL CONSUMO DE LA QUINUA Y EXPORTACIÓN AL MERCADO DE LOS ESTADOS UNIDOS**, requisito principal para optar el Grado Académico de Magíster en Comercio Internacional y Aduanas.

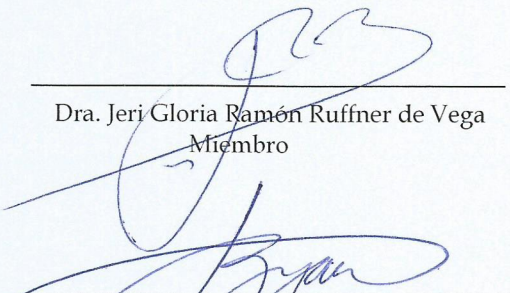
Concluida la exposición se procedió a la evaluación correspondiente, habiendo obtenido la siguiente calificación:

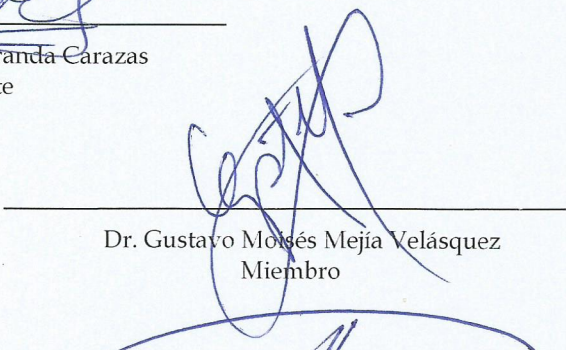
DE Bueno (16) Deciseis

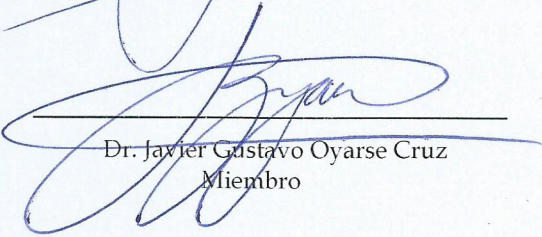
La Ceremonia de Sustentación concluyó a horas:


11.40 a.m


Dr. Segundo Eloy Granda Carazas
Presidente


Dra. Jeri Gloria Ramón Ruffner de Vega
Miembro

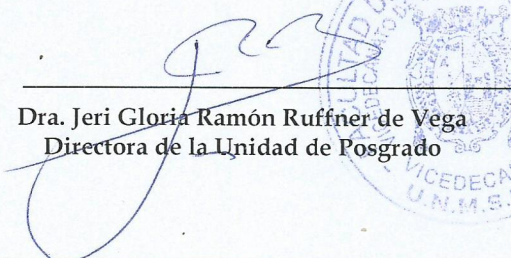

Dr. Gustavo Moisés Mejía Velásquez
Miembro


Dr. Javier Gustavo Oyarse Cruz
Miembro


Dr. Esteban Castro Díaz
Miembro

Vista la presente Acta, el Jurado de Sustentación de Tesis, propone que la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, otorgue al Bach. Pamela Cinthya Ku Soria, el Grado Académico de Magíster en Comercio Internacional y Aduanas.

Ciudad Universitaria, 14 de Junio 2019


Dra. Jeri Gloria Ramón Ruffner de Vega
Directora de la Unidad de Posgrado



DEDICATORIA:

A Dios nuestro creador por su grandeza infinita, a mis familiares y amistades que me acompañaron e impulsaron hacia el logro de las metas y objetivos trazados.

AGRADECIMIENTO:

A la prestigiosa Universidad Nacional Mayor de San Marcos y a los catedráticos de la facultad de Ciencias Contables.

A las empresas exportadoras de quinua del Perú, instituciones públicas, productores y todas las personas que aportaron a la presente investigación.

ÍNDICE	Pág.
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO	IV
ÍNDICE	V
LISTA DE CUADROS	VII
LISTA DE FIGURAS	X
RESUMEN	XII
ABSTRACT	XIII
CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN	1
1.1. Situación Problemática	3
1.2. Formulación del Problema	7
1.3. Justificación Teórica	8
1.4. Justificación Práctica	8
1.5. Objetivos	11
CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO	12
2.1. Marco Filosófico o Epistemológico de la Investigación	12
2.2. Antecedentes de la Investigación	13
2.3. Bases Teóricas	23
2.4. Hipótesis General	87
2.5. Hipótesis Específicas	87
2.6. Identificación de variables	88
2.7. Operacionalización de variables	89
2.8. Marco Conceptual o Glosario	90
CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA	94
3.1. Tipo y diseño de investigación	94
3.2. Unidad de análisis	96
3.3. Población en estudio	96
3.4. Tamaño de la muestra	98
3.5. Selección de la muestra	99
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	99

3.7. Método de análisis e interpretación de la información	101
CAPÍTULO 4: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	103
4.1. Análisis e Interpretación de resultados	104
4.2. Pruebas de hipótesis	130
4.3. Presentación de resultados	134
4.4. Discusión de resultados	136
CONCLUSIONES	141
RECOMENDACIONES	142
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	143
ANEXOS	149
Anexo 1 Matriz de consistencia	150
Anexo 2 Matriz de operacionalización	152
Anexo 3 Principales empresas exportadoras de quinua	153
Anexo 4 Instrumento: Cuestionario	154
Anexo 5 Fotografías	158

LISTA DE CUADROS:

Cuadro N° 1	Diferencia entre grano y cereal	25
Cuadro N° 2	Composición química de la quinua	33
Cuadro N° 3	Contenido nutricional comparativo de la quinua con relación a otros productos	34
Cuadro N° 4	Consumo Per Cápita de quinua periodo 2000-2018	40
Cuadro N° 5	Exportación de quinua según sus presentaciones durante los años 2010 al 2017	44
Cuadro N° 6	Descripción de las principales variedades de quinua	54
Cuadro N° 7	Variedades comerciales de quinua	55
Cuadro N° 8	Partidas y sub partidas arancelarias de la quinua	81
Cuadro N° 9	Matriz de operacionalización de la variable tendencias del consumo de quinua	89
Cuadro N° 10	Matriz de operacionalización de la variable exportación de quinua	90
Cuadro N° 11	Dinamismo de las empresas exportadoras de quinua peruana	97
Cuadro N° 12	Grado de confiabilidad según escala de valores	100
Cuadro N° 13	Confiabilidad de los instrumentos -Alfa de Cronbach	101
Cuadro N° 14	Escala de correlación según el rango de valores	102
Cuadro N° 15	Niveles de percepción de las tendencias del consumo de la quinua	104
Cuadro N° 16	Las tendencias del consumo de la quinua y su influencia en la exportación de Perú a EE.UU.	105
Cuadro N° 17	Percepción de consumo de la quinua hacia una alimentación saludable	106
Cuadro N° 18	Percepción de consumo de la quinua debido a los beneficios que se le atribuye para la salud	107
Cuadro N° 19	Percepción de consumo de la quinua debido a sus propiedades nutricionales	108

Cuadro N° 20	Percepción de consumo de la quinua por mantener su costumbre, cultura y tradición	109
Cuadro N° 21	Percepción de consumo de la quinua debido a la versatilidad en la preparación de platos y productos en base a quinua en sus distintas presentaciones	110
Cuadro N° 22	Percepción de tendencia hacia el cuidado del medioambiente y su incidencia en la exportación de quinua	111
Cuadro N° 23	Percepción de incremento en el consumo de la quinua orgánica	112
Cuadro N° 24	Percepción sobre la adaptabilidad del cultivo, la variedad genética de la quinua y su influencia en la demanda de quinua “para siembra”	113
Cuadro N° 25	Percepción del Comercio Justo y su contribución al consumo de quinua	114
Cuadro N° 26	Percepción de la certificación Fair Trade del Comercio Justo, condiciones comerciales y su promoción al consumo de quinua	115
Cuadro N° 27	Percepción de los valores sociales y económicos y su influencia en el consumo de quinua	116
Cuadro N° 28	Niveles de percepción de las exportaciones de quinua	117
Cuadro N° 29	Percepción sobre el incremento de las exportaciones en el periodo 2013-2018	118
Cuadro N° 30	Percepción de adecuadas relaciones de intercambio entre Perú y Estados Unidos de América	119
Cuadro N° 31	Percepción sobre la política comercial de apertura de Perú y su influencia en la exportación de quinua a EE.UU.	120
Cuadro N° 32	Percepción sobre los acuerdos comerciales como el Tratado de Libre Comercio (TLC) y su influencia en la exportación de quinua a EE.UU.	121
Cuadro N° 33	Percepción de las políticas de fomento de exportaciones de quinua del Perú al país receptor en el periodo de estudio	122

Cuadro N° 34	Percepción de la política arancelaria de Perú y su influencia en la exportación de quinua al mercado de EE.UU.	123
Cuadro N° 35	Percepción sobre la reducción de aranceles y su impulso a la empresa exportadora a la comercialización de quinua peruana	124
Cuadro N° 36	Percepción sobre la modificación de la estructura arancelaria y el logro de manejar un lenguaje común dentro de los negocios internacionales	125
Cuadro N° 37	Percepción sobre el transporte internacional como parte importante de la cadena logística y su incidencia en la exportación de quinua	126
Cuadro N° 38	Percepción sobre el medio de transporte marítimo como medio más utilizado, eficiente y menos costoso para las exportaciones de quinua	127
Cuadro N° 39	Percepción sobre el medio de transporte aéreo como medio más costoso y menos empleado para las exportaciones de quinua	128
Cuadro N° 40	Percepción sobre el medio de transporte terrestre como ideal para el traslado interno de la quinua de las regiones a los puertos o aeropuertos así como al interior del país destino	129
Cuadro N° 41	Correlación entre Tendencias del consumo y exportación de quinua al mercado de los Estados Unidos de América - California	130
Cuadro N° 42	Correlación entre Alimentación saludable y exportación	131
Cuadro N° 43	Correlación entre Cuidado del medioambiente y exportación	132
Cuadro N° 44	Correlación entre comercio justo y exportación	133
Cuadro N° 45	Tendencias del consumo y exportación de quinua al mercado de los Estados Unidos de América – California	134

LISTA DE FIGURAS:

Figura N° 1	Destino de la producción de la quinua peruana en el año 2013	38
Figura N° 2	Consumo anual de quinua por persona en el año 2012	41
Figura N° 3	Evolución de la exportación de quinua para siembra de Perú al mundo y a Estados Unidos de América	51
Figura N° 4	Ecotipos según los pisos altitudinales	53
Figura N° 5	Entidades supervisoras de la calidad de los productos y certificaciones	60
Figura N° 6	Evolución comparativa de la exportación de quinua de Perú a EE.UU. y el mundo, partida arancelaria (1008.50.9000 Los demás, quinua excepto para siembra) en el periodo 2012-2018	80
Figura N° 7	Niveles de percepción de las tendencias del consumo de la quinua por las principales empresas exportadoras	104
Figura N° 8	Niveles de tendencias del consumo de la quinua y su Influencia en la exportación de Perú a EE.UU.	105
Figura N° 9	Niveles de consumo de la quinua hacia una alimentación saludable	106
Figura N° 10	Niveles de consumo de la quinua debido a los beneficios que se le atribuye para la salud	107
Figura N° 11	Niveles de consumo de la quinua debido a sus propiedades nutricionales	108
Figura N° 12	Niveles de consumo de la quinua para mantener su costumbre, cultura y tradición	109
Figura N° 13	Niveles de consumo de la quinua debido a la versatilidad en la preparación de platos y distintas presentaciones de productos en base a quinua	110
Figura N° 14	Niveles de percepción de tendencia hacia el cuidado del medioambiente y su incidencia en la exportación de quinua	111
Figura N° 15	Niveles de percepción de incremento en el consumo de la quinua orgánica	112
Figura N° 16	Niveles de percepción sobre la adaptabilidad del cultivo, la variedad genética de la quinua y su influencia en la demanda de quinua “para siembra”	113
Figura N° 17	Niveles de percepción sobre el Comercio Justo y su contribución al consumo de quinua	114

Figura N° 18	Niveles de percepción de la certificación Fair Trade del Comercio Justo, condiciones comerciales y su promoción al consumo de quinua	115
Figura N° 19	Niveles de percepción de los valores sociales y económicos y su influencia en el consumo de quinua	116
Figura N° 20	Niveles de percepción de las exportaciones de quinua	117
Figura N° 21	Niveles de percepción sobre el incremento de las exportaciones en el periodo 2013-2018	118
Figura N° 22	Niveles de percepción de adecuadas relaciones de intercambio entre Perú y EE.UU.	119
Figura N° 23	Niveles de percepción sobre la política comercial de apertura de Perú y su influencia en la exportación de quinua a EE.UU.	120
Figura N° 24	Niveles de percepción sobre los Acuerdos Comerciales como el Tratado de Libre Comercio (TLC) y su influencia en la exportación de quinua a EE.UU.	121
Figura N° 25	Niveles de percepción de las políticas de fomento de exportaciones de quinua del Perú al país receptor	122
Figura N° 26	Niveles de percepción de la política arancelaria de Perú y su influencia en la exportación de quinua al mercado de EE.UU.	123
Figura N° 27	Niveles de percepción sobre la reducción de aranceles y su impulso a la empresa exportadora para la comercialización de quinua peruana	124
Figura N° 28	Niveles de percepción sobre la modificación de la estructura arancelaria y el logro de manejar un lenguaje común dentro de los negocios internacionales	125
Figura N° 29	Niveles de percepción sobre el transporte internacional como parte importante de la cadena logística y su incidencia en la exportación de quinua	126
Figura N° 30	Niveles de percepción sobre el medio de transporte marítimo como medio más utilizado, eficiente y menos costoso para las exportaciones de quinua	127
Figura N° 31	Niveles de percepción sobre el medio de transporte aéreo como medio más costoso y menos empleado para las exportaciones de quinua	128
Figura N° 32	Niveles de percepción sobre el medio de transporte terrestre como ideal para el traslado interno de la quinua de las regiones a los puertos o aeropuertos así como al interior del país destino	129
Figura N° 33	Niveles de percepción de tendencia de consumo y exportación	134
Figura N° 34	Evolución de la exportación de quinua "Chenopodium quinoa" de Perú y Bolivia, periodo 2012-2018	135

RESUMEN

La investigación denominada “Análisis de las tendencias del consumo de la quinua y exportación al mercado de los Estados Unidos de América – California por las principales empresas del Perú, periodo 2013 - 2018” asumió como objetivo general analizar si las tendencias del consumo de la quinua influyen en la exportación al mercado de los Estados Unidos de América en el Estado de California por las empresas del Perú más representativas en ese rubro. La investigación fue de enfoque cuantitativo, de tipo aplicada, diseño no experimental transversal y nivel explicativo; la población correspondió a 36 principales empresas exportadoras de quinua (las mismas que designaron a trabajadores del Área de Exportación para el desarrollo del cuestionario) las que representan el 90% de la exportación de quinua de Perú con una participación de 1% al 12% del total de envíos; se utilizó el muestreo aleatorio simple como procedimiento del muestreo probabilístico. El instrumento de recolección de datos fue un cuestionario de tipo Likert con 24 preguntas y se utilizó la técnica denominada encuesta, aplicándola a la muestra conformada por los colaboradores ligados al tema de la investigación. Para el análisis de los datos se utilizó la estadística descriptiva e inferencial y fue procesado en el estadístico SPSS v.22, se pudo determinar la confiabilidad del instrumento mediante el uso del alfa de Cronbach. Finalmente, se llegó a la conclusión de que las actuales tendencias del consumo influyeron significativamente con un 72.7% de nivel alto en la exportación de quinua de Perú al mercado de los Estados Unidos de América – California por las principales empresas del Perú durante el periodo 2013 - 2018.

PALABRAS CLAVE: Exportación, consumo, nutrición, salud, comercio justo.

ABSTRACT

The research document called "Analysis of trends of the consumption of quinoa and the export market to the State of California in the United States of America by the main companies in Peru, between the periods of 2013 and 2018" took a general objective to analyze if the consumption trends of the quinoa influence the exports to the State of California in the United States of America by the major companies of Peru exporting that product. The research had a quantitative approach, was applied in nature, non-experimental in design and at an explanatory level. The population corresponds to the 36 main export companies of quinoa (the same as the design to the workers of the Export Area for the development of the questionnaire) that it represents 90% of the Peruvian companies which export quinoa equaling 1% out of 12% of the total shipments. The use of a simple random sampling procedure was utilized for probability sampling purposes. The data collection instrument was used a Likert type questionnaire with 24 questions and the technique called survey was used, applying it to the sample formed by the collaborators linked to the research topic. For the analysis of the data, descriptive and inferential statistics and was processed in the statistical program known as SPSS v.22, from which we could determine the reliability of the instrument using the Cronbach alpha.

Finally, the conclusion was made that that current consumption trends significantly influenced 72.7% of the high level of quinoa exports from Peru to the market of the State of California in the United States of America by the leading companies of Peru exporting that product between 2013 and 2018.

KEYWORDS: Export, consumption, nutrition, health, fair Trade.

CAPÍTULO 1:

INTRODUCCIÓN

La investigación fue titulada: “Análisis de las tendencias del consumo de la quinua y exportación al mercado de los Estados Unidos de América – California por las principales empresas del Perú, periodo 2013 - 2018”. El estudio analizó la incidencia del actual consumo de la quinua en la exportación de dicho grano andino, que mostró un incremento significativo durante los últimos años gracias a la política comercial de apertura y expansión en la producción, lo cual ha permitido comercializar con diversos países del mundo en mayor volumen y precio (principalmente con el mercado estadounidense), alcanzando objetivos nacionales en el sector agropecuario con proyección al alza, lo que contribuyó al crecimiento económico y desarrollo del país y de los departamentos donde se cultiva como Puno que es considerado por excelencia la mejor zona productora de quinua.

La quinua también es conocida como grano andino milenario y es demandado por ser uno de los alimentos de alto valor nutricional de origen vegetal; la calidad proteica que posee se debe a una composición balanceada de aminoácidos esenciales; asimismo cuenta con ácidos grasos esenciales, ácido oleico, antioxidantes naturales, fibra, minerales y vitaminas, por tal motivo su consumo se ha incrementado a nivel nacional e internacional.

A partir del año 2013, este gran alimento se hizo más popular a nivel mundial debido a que ese año fue nombrado como el “Año Internacional de la Quinoa”, conjuntamente con dicha designación que sumado a los esfuerzos de los Gobiernos de los países productores por difundir el producto, labor de los agricultores y la globalización se dio inicio a un incremento exponencial de las exportaciones.

La investigación estableció como objetivo principal analizar si las tendencias del consumo de la quinoa influyen en la exportación al mercado de los Estados Unidos de América – California por las principales empresas del Perú en los años 2013 - 2018; asimismo los objetivos específicos fueron: Determinar si la alimentación saludable, el cuidado del medioambiente y el comercio justo influyen en la comercialización de quinoa al mercado de los Estados Unidos de América – California por las principales empresas del Perú durante ese periodo.

Para alcanzar estos objetivos planteados, la investigación se ha dispuesto en cuatro capítulos; describiendo en el primer capítulo la situación problemática, justificaciones y objetivos tanto general como específicos; en el segundo capítulo se dio a conocer el marco filosófico, los antecedentes nacionales e internacionales, las bases teóricas, las variables de estudio y su operacionalización; en el tercer capítulo se detalló la metodología de la investigación considerando: (Tipo, diseño y nivel de la investigación, definición de la población y muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos para luego de ser procesados obtener la información y proceder al análisis de la misma); en el cuarto y último capítulo se expuso los resultados obtenidos conjuntamente con el análisis e interpretación respectiva, así como la discusión correspondiente. Finalmente se presentó las conclusiones y recomendaciones, como también las referencias bibliográficas y los anexos donde se presentan la matriz de consistencia, la matriz de operacionalización, el listado de las principales empresas exportadoras de quinoa, las preguntas que componen el cuestionario y las fotografías tomadas en las diferentes provincias de los principales departamentos del Perú donde se cultiva tan extraordinario alimento.

1.1. Situación Problemática

La quinua cuyo nombre científico es (*Chenopodium quinoa Willdenow*), históricamente ha sido cultivada por Bolivia y Perú desde tiempos precolombinos, algunos investigadores sostienen que se cultivó desde hace aproximadamente cinco mil años antes de Cristo. Se trata de un alimento completo en sus nutrientes por su contenido de proteínas de alta calidad, aceites saludables, calcio, ácidos grasos insaturados, almidón, vitaminas y minerales; es también rico en fibra, de fácil digestión lo que permite a las personas su consumo desde los primeros años de edad, se conserva por mucho tiempo sin mayor necesidad de condiciones climáticas específicas, siendo características importantes para su consumo; razones por las que los antiguos pobladores, principalmente de la zona del altiplano, continuaron con su cultivo preservando las más de tres mil variedades o ecotipos de quinua.

A nivel internacional, a razón del vertiginoso incremento del consumo de quinua en estos últimos años, se ha expandido su cultivo a otras regiones fuera de Sudamérica aprovechando que posee una gran adaptabilidad de suelos y pisos ecológicos desde el nivel del mar hasta los 4000 m.s.n.m. al punto de ser cultivada en diferentes países del mundo (EE.UU., Canadá, Francia, Gran Bretaña, Italia, Dinamarca, España, Suecia, Holanda, etc.) que han acondicionado la planta a su medioambiente aprovechando su variedad genética, resistencia a múltiples climas, suelos, sequías, salinidad entre otros.

A nivel nacional, la zona productora de quinua por excelencia se ubica en el departamento de Puno que en el año 2018 cultivó alrededor del 58% del total de la producción de quinua en Perú; en el año 2017 cultivó 39 610 toneladas lo cual representó el 50,4% de la producción nacional; en tanto el año 2016 obtuvo el 44,4%, seguido de los departamentos de Ayacucho (21%), Apurímac (8,1%), Cusco (5%), Junín (4,8%), en la costa y departamentos como Huancavelica, Arequipa entre otros (16.7%); se cultiva en zonas áridas y semiáridas con buenos rendimientos tal como se registraron los cultivos de la costa peruana.

Algunos investigadores sostienen que por muchos años el volumen de ventas y precios de la quinua a nivel nacional e internacional, no han sido atractivos para los productores, en consecuencia, lo destinaban al autoconsumo manteniendo la tradición en sus hogares. Se ha podido apreciar que en los años noventa se producía menos de 20 000 toneladas, a partir del año 2000 se inicia la revalorización alimentaria incrementándose la demanda, por ende la producción se eleva a 30 000 toneladas aproximadamente, de los cuales la mayor parte estuvo destinado a satisfacer el mercado interno pero se comenzó a exportar modestamente entre los países miembros de la Asociación Latinoamericana de Integración - ALADI (principalmente de Bolivia hacia los países de Perú, Ecuador, Brasil, Chile y Argentina y por su parte exportaba Perú a Ecuador y Brasil). La producción del año 2010 fue mayor a 40 000 toneladas y en el año 2012 se amplió a 44 200 toneladas de las cuales se exportó más de 10 000 toneladas.

Las exportaciones tanto regionales y agrupadas (de los países miembros de la Comunidad Andina: Bolivia, Ecuador, Colombia y Perú -NANDINA basada en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías) se han incrementado de forma dinámica y sostenible durante las últimas dos décadas. Cabe mencionar que las preferencias arancelarias establecidas en los acuerdos comerciales suscritos en el marco de la Comunidad Andina, ALADI, Ley de Preferencias Comerciales Andinas – ATPA entre EE.UU. y Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú posteriormente denominada Ley de Preferencias Arancelarias Andinas y Erradicación de la Droga - ATPDEA (desde 1991 hasta 2011) han impulsado el comercio de la quinua con los EE.UU. y entre los países de la región, sin embargo, estas exportaciones fueron escasas porque la mayoría de la población norteamericana desconocía los beneficios nutricionales de este producto, tampoco existía una tendencia hacia el cuidado de la salud, el medioambiente y la equidad social en el marco del comercio justo tan acentuada como en la actualidad.

Luego de la firma del Tratado de Libre Comercio (TLC) o Acuerdo de Promoción Comercial PERÚ-EE.UU. en el 2006 que fue implementado

en el año 2009, se comenzó a exportar mayores cifras (el Ministerio de Agricultura y Riego mencionó que 2756 toneladas fueron exportadas el año 2009 desde el Perú a todo el mundo). A esto se suma que la Asamblea General de las Naciones Unidas en el periodo 2013 nombró “Año Internacional de la Quinoa”, en honor a la práctica de los pueblos originarios andinos puesto que continuaron hasta la fecha con el cultivo de quinoa para generaciones presentes y venideras; lo que aunado a la política de apertura e implementación del TLC, originó una demanda exponencial del grano andino tanto dentro y fuera del país, elevando el volumen de exportación y precios que impulsó a las empresas exportadoras a comercializar con mayor énfasis logrando que el Perú sea distinguido como el primer país exportador del grano de quinoa desde el año 2014 hasta la fecha; y de acuerdo a la tecnología que se utilice en su producción, los procesos han ampliado la variedad de su presentación en base a quinoa como por ejemplo: hojuelas, fideos, pan, dulces, bebidas, entre otros; haciéndolo más atractivo, lo que ha motivado a los inversionistas y agricultores a incrementar la producción y constitución de empresas, no solo para atender la demanda nacional sino la demanda internacional, previa selección del país mercado meta.

Según Trade Map entre los años 2013 y 2014, las exportaciones de Perú a EE.UU. de la quinoa con partida N°1008509000 - “Los demás quinoa, excepto para siembra” han registrado una tasa de crecimiento promedio anual de 118,5% en el valor de las exportaciones; sin embargo en el año 2015 disminuyó a 32% la tasa de crecimiento en valor FOB (manteniendo casi igual la cantidad de volumen enviado respecto al año anterior), cosa contraria sucedió en el año 2016 que siguió disminuyendo la tasa de crecimiento en valor FOB a 48% y también contrayéndose el volumen enviado en un 24%, este descenso se debió a que en el año 2014 los residuos de plaguicidas e insecticidas encontrados en cargamentos de quinoa de la costa de Perú, originaron la retención en la aduana de EE.UU. quienes todavía no establecían los niveles máximos permitidos de estas sustancias y solamente admiten el ingreso de quinoa orgánica y convencional libre de los mencionados químicos.

De lo anterior se desprende que la falta de regulación específica para este producto generó la baja de los precios internacionales y como consecuencia de esto un menor cultivo de quinua generando la disminución de las exportaciones del producto de Perú a Estados Unidos de América – California provocando la caída del valor FOB y cantidad de envíos del año 2016 en donde la tasa de crecimiento fue de -48% respecto al año 2015; sin embargo actualmente a razón de sus múltiples beneficios nuevamente en los años 2017 y 2018 se viene incrementando lentamente tanto el valor FOB de envíos a EE.UU. en un 29% y -5% y la tasa de crecimiento en cantidad de las exportaciones en un 35% y -10% respectivamente.

Por otro lado, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo mencionó que las empresas dedicadas a la exportación de quinua son 312 aproximadamente, de las cuales 127 han realizado exportaciones activamente pero solo 36 empresas registraron entre 1% y 12% de participación representando más del 90% de las exportaciones; las mismas que tienen oportunidad de exportar a varios países, siendo de interés los Estados Unidos de América (nuestro principal comprador de quinua) por considerar que es uno de los países más grandes del mundo, con mayor diversidad cultural y étnica como el Estado de California (que alberga al mayor número de latinos con 14,4 millones) donde la población que si bien es cierto no conocen todas las propiedades de la quinua, conocen la importancia de los productos orgánicos y consumen por costumbre o cultura; así como también la quinua es una gran alternativa para la nutrición y salud en virtud de que ayuda a prevenir enfermedades como el cáncer de colon, diabetes y males cardiovasculares, ideal para personas que atraviesan problemas de salud en EE.UU. como la obesidad (en más del 20% de su población), enfermedad celíaca, desórdenes alimenticios y otros.

Por lo que, la investigadora del presente trabajo consideró que se debe llevar a cabo un análisis de las tendencias del consumo basado en los conceptos de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (ONUAA) más conocida como Food and

Agriculture Organization o FAO por sus siglas en inglés (orientado hacia la alimentación nutritiva y saludable, cuidado del medioambiente, equidad social a través del comercio justo), identificando los motivos por los cuales la población estadounidense consume quinua y cómo influye en la exportación al mercado del mencionado país por las principales empresas del Perú, especialmente en el periodo 2013 - 2018.

La investigación permitirá fortalecer las tendencias de consumo, impulsar la creación de empresas que industrialicen la quinua, incentivar su cultivo, contribuir al fortalecimiento de las políticas comerciales; mejorar la exportación beneficiando a los agricultores, exportadores y en general a los consumidores de tan valioso alimento.

1.2. Formulación del Problema

La investigación comprendió los años 2013 - 2018 y analizó la variable consumo de quinua y su incidencia en la exportación, por lo que se planteó las siguientes interrogantes:

1.2.1. Problema General:

¿Cómo las tendencias del consumo de la quinua influyen en la exportación al mercado de los Estados Unidos de América – California por las principales empresas del Perú?

1.2.2. Problemas específicos:

- a) ¿De qué manera la alimentación saludable influye en la exportación de quinua al mercado de los Estados Unidos de América – California por las principales empresas del Perú?
- b) ¿Cómo el cuidado del medioambiente incide en la exportación de quinua al mercado de los Estados Unidos de América – California por las principales empresas del Perú?
- c) ¿En qué medida el comercio justo influye en la exportación de quinua al mercado de los Estados Unidos de América – California por las principales empresas del Perú?

1.3. Justificación Teórica

Según Bernal (2010) el estudio generó reflexión en que la exportación de bienes y servicios establece relaciones de intercambio entre el Perú y los países de destino que se dan para cubrir sus necesidades, con una política de apertura comercial con acuerdos de libre comercio, con aranceles preferenciales, eliminación de cuotas de importación, empleo del transporte adecuado. La indagación tiene el propósito teórico de proponer debate académico sobre las variables consumo y exportación.

La importancia del presente trabajo de investigación, está relacionado con la utilidad teórica basada en brindar conocimiento actualizado sobre las tendencias del consumo de la quinua, por ser un gran alimento completo en sus nutrientes, que aporta proteínas de alta calidad, aceites saludables, fibra, calcio, ácidos grasos insaturados, almidón, vitaminas y minerales; es un alimento libre de gluten, apropiado para los celíacos, obesos y personas que buscan una alimentación sana y nutritiva, destacando que se ha convertido en uno de los alimentos que compone la dieta de los astronautas y cada vez más formando parte de los hábitos alimenticios de los norteamericanos. Así como también conocer la influencia del cuidado del medioambiente y comercio justo en la decisión de compra del producto, el mismo que debe seguir procesos de producción, acopio y preparación que cumplan con los requisitos de calidad para la exportación de Perú hacia los Estados Unidos de América - California, en el marco de la política comercial de apertura y política arancelaria en el periodo 2013 - 2018.

1.4. Justificación Práctica

Se sustenta en obtener y utilizar información especializada para determinar los factores que motivan el consumo y su incidencia en la exportación de la quinua a los Estados Unidos de América - California.

El aporte a la Ciencia Contable y Empresarial se basa en ofrecer un estudio para la efectividad de las exportaciones de quinua en relación a las tendencias del consumo. Del mismo modo se incentive la economía

del país, siendo los principales beneficiarios las empresas, los productores de quinua y las regiones productoras que incrementan en gran medida su desarrollo con la generación de industrias, que encuentran en esta actividad mecanismos para elevar la calidad de vida con acciones posibles de aplicarse; vendiéndolo no solo como grano, sino también en productos derivados como hojuelas, harina, fideos, dulces, barras energéticas, etc. elaborados a base de quinua; mejorando el precio debido al mayor valor agregado que se le proporcionaría en el Perú.

Además con la presente tesis se busca de alguna manera brindar un reconocimiento a los antiguos peruanos que gracias a sus hábitos saludables de consumo han mantenido este cultivo hasta la fecha como una herencia para la humanidad. Como explicó el Director General de la FAO Señor José Graziano da Silva, la riqueza de la quinua no solamente está en los granos sino en el conocimiento acumulado por los pueblos andinos que conservaron las diversas variedades que posteriormente permitió expandir su cultivo en favor de la gastronomía actual; siendo “un futuro sembrado hace miles de años”.

El consumo de la quinua es usual entre las personas interesadas en la mejora y el mantenimiento de su estado de salud, empleando en la elaboración de platos tradicionales, no tradicionales, innovaciones culinarias e incluso de uso terapéutico. Está presente en las dietas de las personas vegetarianas, adultos mayores, niños, deportistas de alto rendimiento, celíacos, diabéticos, personas intolerantes al gluten y los que padecen de cáncer debido a ser un “alimento funcional” es decir ayuda reducir el riesgo de enfermedades y promueve la buena salud.

La quinua es un producto del cual se puede obtener una serie de subproductos de uso alimenticio, cosmético, farmacéutico y otros.

Según Trade Map, el envío de quinua peruana se ha incrementado los últimos años, siendo los principales destinos en el periodo de estudio de 2013 al 2018 los siguientes países: Estados Unidos de América con un 43,25% promedio de participación en valor de las exportaciones, seguido

de Canadá 8,42%, Países Bajos 6,7%, Australia 3,72% y Reino Unido 5,43%; cabe resaltar que según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) la exportación en la primera mitad del año 2014 mostró un crecimiento histórico de 236% (sumando US\$ 74 millones de dólares americanos) respecto al año 2013, llegando a más de 45 mercados de destino en todo el mundo.

En el caso particular de los Estados Unidos de América, que fue por muchos años el principal mercado de destino del grano andino; del periodo de estudios se registró en el año 2014 el índice de exportación más elevado con 218% y el menor con 77% en el año 2015; además es bastante demandado en el Estado de California por la presencia de latinos que conocen y buscan el producto, sin embargo se puede seguir fomentando su consumo a más personas a nivel internacional para que lo incorporen en sus hábitos alimenticios.

En todo el Perú son cada vez más las empresas que se dedican a la exportación de quinua aproximadamente 127, siendo 36 de ellas las que exportan más del 90% y para continuar con el incremento de las exportaciones es necesario cumplir con medidas sanitarias y fitosanitarias, teniendo en cuenta la aplicación de Buenas Prácticas Agrícolas que considere el Manejo Integrado de Plagas (MIP) y Manejo de Residuos de Plaguicidas (MRP) en las zonas donde se está cultivando con el objetivo de asegurar el ingreso del producto a los mercados internacionales que deberían contar con normativa clara sobre los máximos permitidos de químicos empleados.

En el mercado exterior, la demanda se ha venido incrementando durante estos últimos años, llegando a ser importada por 29 países del mundo; teniendo como principal importador el mercado de EE.UU. hasta la actualidad; la quinua peruana experimentó una creciente demanda lo que se reflejó en un 55.1% de tasa de crecimiento en valor de las exportaciones en el año 2013 y 35,7% en el año 2018 esto se debió primordialmente a la tendencia que advierte este mercado por el consumo de productos naturales, ecológicos, complementado con propiedades terapéuticas que posee la quinua.

1.5. Objetivos

En virtud de lo anteriormente expuesto se establecieron los objetivos que se detallan a continuación:

1.5.1. Objetivo General:

Analizar si las tendencias del consumo de la quinua influyen en la exportación al mercado de los Estados Unidos de América – California por las principales empresas del Perú.

1.5.2. Objetivos Específicos:

- a) Determinar si la alimentación saludable influye en la exportación de quinua al mercado de los Estados Unidos de América – California por las principales empresas del Perú.
- b) Identificar si el cuidado del medioambiente incide en la exportación de quinua al mercado de los Estados Unidos de América – California por las principales empresas del Perú.
- c) Conocer si el comercio justo influye en la exportación de quinua al mercado de los Estados Unidos de América – California por las principales empresas del Perú.

CAPÍTULO 2:

MARCO TEÓRICO

2.1. Marco Filosófico o Epistemológico de la Investigación

La quinua, es un cultivo milenario que ha contribuido a la seguridad alimentaria de las culturas que se desarrollaron en Perú y Bolivia, posee todos los aminoácidos esenciales, oligoelementos, vitaminas, fibra y no contiene gluten. Su cultivo se adapta en diferentes tipos agroecológicos, resistente a la falta de humedad del suelo y soporta temperaturas entre menos 4°C hasta 35°C, se cultiva desde el nivel del mar hasta los 4000 metros de altitud, cuenta con más de 3000 variedades entre cultivables y silvestres.

Su cultivo se está propagando con éxito hacia el norte del continente Americano e incluso hacia otros continentes como Europa y Asia con altos niveles de producción, por lo que creemos que en el futuro contribuirá a la seguridad alimentaria y nutricional de la humanidad, en la economía de los productores, en el desarrollo sostenible de la comunidad rural y de los actores involucrados; que constituyen elementos complementarios, principales y recíprocos en el funcionamiento de cualquier sistema cultural.

2.2. Antecedentes de la Investigación

Se ha revisado investigaciones internacionales y nacionales del tema materia de estudio que se presentan a continuación:

2.2.1. Antecedentes Internacionales

Para el estudio, fue necesaria la exploración de antecedentes para ambas variables en el ámbito nacional como internacional, a fin de tomarlos como referentes en el desarrollo de la investigación, dichos antecedentes se detallan a continuación:

Vera (2015) en la tesis titulada “*Proyecto de prefactibilidad para la exportación de quinoa hacia Estados Unidos periodo 2010-2014*” tuvo como finalidad dar a conocer las propiedades nutricionales, de producción y de comercialización de la quinua durante el periodo mencionado; señaló que la quinua es un pseudo cereal utilizado desde la época de nuestros aborígenes como alimento sagrado y ofrenda a los dioses indígenas Inti o Sol; actualmente posee gran acogida internacionalmente por su gran contenido de nutrientes y que el plan de exportación de la quinua al mercado americano permite conocer elementos como: económicos, políticos y sociales del cereal considerado “Grano de Oro”. Indicó que Perú es uno de los tres países andinos que pertenecen a la Asociación Latinoamericana de Integración - ALADI que principalmente junto a Bolivia y Ecuador registraron un 82.4% de las exportaciones mundiales en el año 2012; el principal destino de exportación de quinua de Perú fue EE.UU. con un 61% con una estructura diversificada y participación inferior al 10% entre los países de Alemania, Canadá, Israel, Australia e Italia.

El autor llegó a la conclusión de que gracias al consumo de quinua se puede prevenir enfermedades como el cáncer y dar fin a problemas que se presentan en mayor medida en niños y adultos mayores como es la desnutrición a nivel mundial.

Además indicó que existen niveles relevantes de consumo en Estados Unidos y Europa, sin embargo en Ecuador el consumo por persona fue menor al 1% de toda su producción y que aplicando para las exportaciones el 0% de aranceles lo hace más competitivo gracias a la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas.

Proaño (2011) realizó la tesis denominada *“Plan de exportación de la Quinua Ecuatoriana al mercado de los Estados Unidos para las Asociaciones de Productores en la Provincia de Cotopaxi”* que estableció como objetivo general aumentar la producción y comercialización internacional de quinua dando a conocer el proceso productivo, componentes nutricionales y requisitos de exportación con motivo de ser la guía y herramienta en la exportación de quinua hacia Norteamérica. Afirmó que el principal comprador, EE.UU., ha mostrado un interés en el consumo de quinua desde el año 1980 por los nutrientes que contribuyen a mejorar los hábitos alimenticios de la población y que además en el año 1990 la Administración Nacional de la Aeronáutica y del Espacio (NASA) comenzó con el consumo de quinua procesada para los astronautas e incluso integra el grupo de alimentos de las misiones espaciales.

Identificó las empresas que están relacionadas con la producción y comercialización así como sus principales competidores, describió los pro y contra de la comercialización del grano andino en el exterior que se influyen por factores económicos, políticos y sociales.

El investigador concluyó que Ecuador carece de recursos técnicos, asimismo insuficiente organización política, social sobre todo económica que le permita competir con países que tengan alianzas estratégicas e incentivos de parte del Gobierno. Asimismo, los principales competidores de exportación de la quinua en cuanto a volumen y calidad son el Perú y Bolivia; siendo el Perú quien posee mayores rendimientos por hectárea y oportunidades de conseguir más mercados internacionales para el consumo de quinua.

Huamán (2015) efectuó la investigación que lleva por título *“Logística externa de exportación de Quinua. Estudio comparativo entre Perú y Bolivia”*, tuvo como objetivo principal detallar comparativamente el

subsistema logístico de Perú y Bolivia en cuanto a la comercialización de quinua, así también, se identificó rasgos logísticos que inciden en la competencia en el exterior. La metodología fue cuali-cuantitativa a través de aplicar entrevistas, describiendo y analizando comparativamente la logística y el sistema de exportación de la quinua. Afirmó que el consumo interno en Perú estuvo poco desarrollado debido a los precios altos y a la falta de conocimiento de las propiedades y beneficios de este alimento, siendo en Perú el consumo per cápita de quinua promedio a nivel nacional de 1,15 kg/persona/año a 2 kg a finales del año 2012, mientras que en Bolivia superan el consumo con 2,5 kg/persona/año.

Consideró que el volumen de la quinua que se exporta en otras presentaciones, es decir con valor agregado, no es significativo comparado con la quinua a granel. Finalmente concluyó en que a razón de la demanda de la quinua han subido los precios (los mismos que se determinan en el mercado internacional), habiendo aproximadamente 10% más el precio de quinua orgánica frente a la convencional. El Perú posee un sistema logístico más competitivo que Bolivia lo que permite ampliar el mercado externo ubicándose en el primer lugar como productor y exportador de quinua a diferentes destinos del mundo con 50%, mientras Bolivia con 49%; siendo en ese año Estados Unidos de América el principal demandante del referido alimento. Finalmente, las personas que consumen quinua al interior del país se muestran poco interesadas respecto a características de valor agregado del producto, debido a que solamente compran quinua a granel.

Muñoz (2014) realizó la investigación denominada *“Plan de negocios para la exportación de quinua hacia Estados Unidos durante el periodo 2013-2023”*, en ella tuvo como principal objetivo elaborar un planeamiento de actividades comerciales a fin de realizar ventas de quinua desde Ecuador hacia Estados Unidos de América que promueva el comercio exterior basado en productos tradicionales factibles de cultivar en el país y que sean nutritivos; tuvo diseño cualitativo y cuantitativo, a través del método científico, inductivo y descriptivo, sustentados en la observación estructurada aplicando instrumentos como encuestas y entrevistas. Su

hipótesis planteó que la exportación de quinua al país norteamericano mediante un plan de negocios es técnicamente factible y económicamente rentable.

Terminado el estudio concluyó que el consumo de quinua puede darse en diferentes edades debido a que es fundamental para preservar la buena salud gracias a su composición que lo convierte en uno de los alimentos más nutritivos. Asimismo, sus características la hacen atractiva, debido a que se encuentra acorde con la tendencia de la población a cuidar su alimentación. También concluye que en Estados Unidos cada vez es mayor la demanda de la quinua y que su consumo por parte de la población norteamericana es progresiva; ello incentiva la producción a fin de satisfacer la demanda dando lugar al desarrollo comercial, sostenible y sustentable; sin embargo, los productores ecuatorianos de quinua no muestran interés en aumentar su producción pese a tener contextos adecuados, limitándose a satisfacer mercados como Estados Unidos de América y otros destinos que solicitan grandes volúmenes.

Salcines (2009) en su tesis titulada *“Cadena Agroalimentaria de la Quinua y la Maca Peruana y su Comercialización en el Mercado Español”* estableció como objetivo principal introducir en el mercado español la quinua peruana andina, debido a ser un producto conocido. Como objetivos secundarios planteó analizar si el consumidor de ese mercado compraría quinua andina e identificar los factores para el consumo de quinua y maca. Dos de sus hipótesis fueron que el consumo de quinua está orientado a un sector de nivel económico alto (la misma que en base al desarrollo experimental reportó como falsa debido a que en el resultado de sus encuestas mayormente la compra de quinua lo realizan las mujeres, teniendo como principal destino de exportación Norteamérica) y que los consumidores deciden en función a ciertas variables de marketing.

El autor afirmó que la metodología empleada fue una adaptación para sondeos de mercado, que analizó la cadena de comercialización, utilizando como herramienta guías de entrevistas dirigidas a los consumidores, productores, intermediarios y punto de ventas. Obteniendo como resultados que el 60,47% de los clientes mencionaron que

consumían quinua debido a su aporte de aminoácidos, el 3,1% lo preferían porque no engorda y es de fácil digestión un 2,33% por ser adecuado para celíacos, el 54,26% lo consumen una vez al mes en un 68,99% en el almuerzo, combinándolo con verduras en un 67,44%, siendo en un 66% las mujeres que consumen quinua y respecto a la edad un 57,79% están en el rango de 40-60 años de edad. Comprobando que cada vez hay más consumidores que prefieren alimentarse de manera diferente, son receptivos a nuevos productos donde intervienen factores sociodemográficos, externos y psicológicos como precio, lugar, tipo de producto, etc.

Obtuvo como conclusiones que los factores que intervienen para que el consumidor realice la compra son la información detallada, precio, publicidad explicativa y disponibilidad (exhibidos en los supermercados, herbolarios, ferias, etc.). La producción de quinua se ha desarrollado a gran velocidad estos últimos años, no obstante dicho desarrollo aun no es óptimo. Finalmente concluye que en el exterior, debido a que cuentan con tecnología avanzada les permite añadir valor agregado a las cadenas productivas.

Peña (2007) en el trabajo de nombre *“Perfil del mercado de la quinua”* efectuó una investigación del mercado internacional del grano andino tanto cuantitativo (tendencias del mercado, participación comercio y capacidad, competitividad, precios, entre otros) como cualitativo (acuerdos comerciales, preferencias arancelarias, ferias, contactos) mostrando datos estadísticos de las exportaciones bolivianas en el mercado internacional, la ampliación del producto a otros mercados a través de la promoción comercial y ventas. Referente a la quinua orgánica afirmó que no existen problemas para una expansión de estos productos en el mercado internacional y que son proveídas en un 85% del mercado total por los países sudamericanos de Bolivia y Perú que gracias a sus propiedades nutritivas tienen una demanda en expansión; con un crecimiento continuado de venta de productos orgánicos en los años de 1997 al 2005; que a pesar de ello solo representa entre 0,5 y 3,7% del total de consumo.

Llegando a la conclusión que los principales consumidores de productos orgánicos son:

- Estados Unidos de América 51%
- Unión Europea 45%
- Demás países con un 4% del total del consumo.

Las bondades del milenario grano de la quinua, lo convierte en un potencial para su exportación y que existe una creciente generación de consumidores exigentes respecto a temas sanitarios, que eligen productos de óptimas condiciones, responsables con el medioambiente y productos étnicos vinculándolos al Comercio Justo.

2.2.2. Antecedentes Nacionales

Kamiya, Ridia y Torres (2014) en la tesis titulada *“Plan de exportación de quinua y derivados con destino a Estados Unidos”* tuvo como objetivo dar a conocer un proyecto empresarial que busca el desarrollo de productos derivados a partir de quinua que tengan como destino la exportación. Aseguraron que en los últimos años, los hábitos alimenticios del consumidor norteamericano han cambiado incrementándose la tendencia por el consumo de alimentos sanos y nutritivos, es así que la quinua ofrece una alternativa para personas celiacas (intolerantes al gluten). Además consideraron a la quinua un alimento de alto valor nutricional y funcional porque disminuye el riesgo de múltiples enfermedades y promueve la buena salud. Acentuaron que las exportaciones de quinua de Perú se han elevado a un ritmo acelerado principalmente hacia los Estados Unidos de América, enviando mayormente quinua a granel que después es procesada en el país destino; es así que los autores idearon un plan de negocios que agrega valor al producto en nuestra localidad para exportar dicho grano manufacturado en presentaciones requeridas para el consumidor final.

Los autores concluyeron que existen dos segmentos de mercado estadounidense que consumen quinua: primero generado por los hábitos alimenticios de las personas que se inclinan a consumir

productos sanos y nutritivos; segundos las personas que padecen intolerancia al gluten. Asimismo, la gran demanda por el consumo de quinua es un indicador positivo del potencial en la exportación principalmente hacia Estados Unidos de América.

Chinchay (2014) en la tesis que lleva por nombre *“Exportación de la quinua al mercado de Estados Unidos en el periodo 2004-2013”* realizó un estudio de tipo descriptivo no experimental, cuyo objetivo fue establecer el progreso de la exportación de la quinua al mercado de EE.UU. durante los años 2004-2013; el objeto estuvo representado por las cinco principales empresas exportadoras de quinua del Perú; para el análisis de datos empleó el método estadístico (recopilación de información, descripción y organización de datos). Demostró que la comercialización de quinua al mercado norteamericano durante los años 2004 al 2013 ha tenido una tendencia creciente pese a la crisis mundial, el sector exportador peruano ha logrado ampliar sus mercados y productos debido a las propiedades de la quinua y su alto valor nutricional, además la influencia del Tratado de Libre Comercio-TLC con EE.UU. que otorga una ventaja debido a las preferencias arancelarias. Afirma que la quinua es ideal para el comercio con los pobladores norteamericanos que en su mayoría no consumen productos saludables, pero que actualmente dan importancia a la salud y prevención de enfermedades.

La autora llegó a la conclusión que la exportación de quinua evolucionó principalmente con destino al mercado de EE.UU. porque prefieren alimentos que poseen un alto contenido de nutrientes. Destacó que en los próximos años se seguirá incrementando el volumen de las exportaciones debido a los beneficios que brinda al consumidor principalmente para tener una vida sana. Debido a que la exportación se realiza en su mayor parte en la presentación de quinua natural, recomendó a los agricultores y exportadores crear distintas presentaciones, así como generar negocios a partir de este producto debido a que la quinua ya forma parte de la carta de los mejores restaurantes en los Estados Unidos de América.

Falcón y Riveros (2011) presentaron el trabajo de investigación denominado *“Análisis comparativo de las exportaciones de quinua de Perú y Bolivia, 2005-2010”* donde propusieron como objetivo principal establecer las causas del auge de las exportaciones de la quinua de Bolivia comparada con la de Perú; la hipótesis se refirió a que la asociatividad y fomento de las exportaciones de quinua fueron razones claves que aplicó Bolivia permitiéndole afianzarse en el mercado externo en comparación del mercado peruano. La investigación fue cualitativa de diseño exploratorio, los instrumentos fueron entrevistas, grupo focal y revisión documental aplicados a la muestra conformada por la Mesa de Trabajo de Puno integrada por representantes de instituciones del Gobierno y empresas privadas, centros de estudios universitarios y agricultores de quinua del departamento de Puno por ser la región con mayor producción por excelencia.

Los resultados expresaron que en ambos países el incremento de las exportaciones es notoria, sin embargo, para lograr el éxito que Bolivia posee le falta a Perú formar una asociación de productores constantes y participativos a nivel nacional que coadyuve a una mayor producción, mejore la toma de decisiones y negociación con el mercado internacional, el mismo que también será conveniente para los exportadores porque podrán adquirir en mayor volumen a los productores; además afirmaron que la promoción a las exportaciones de quinua peruana es insuficiente para posicionarse en el mercado externo a diferencia de los productores bolivianos que organizados y con ayuda del Estado han logrado que la quinua sea reconocida como producto bandera.

Las autoras llegaron a las siguientes conclusiones, que debido a factores como la escasa asociatividad y poca difusión de las exportaciones por parte del Gobierno de Perú no han obtenido el mismo posicionamiento que Bolivia en el mercado internacional, lo que se atribuye principalmente a que Bolivia cuenta con una sólida agrupación denominada Asociación Nacional de Productores de Quinua (ANAPQUI). En consecuencia recomiendan al Gobierno peruano

fomentar la asociatividad nacional de productores y difundir las exportaciones con nuevas y mejores estrategias de promoción.

Changa (2015) en la tesis sobre la *“Oportunidad de negocio en el mercado estadounidense para incrementar las exportaciones de quinua peruana periodo 2016 – 2020”* planteó como objetivo efectuar una investigación sobre las opciones de comercio que promete la plaza en EE.UU. para mejorar las exportaciones de quinua de Perú en los años del 2016 al 2020. Estableció como problema conocer en qué grado representa una opción de negocio el mercado estadounidense para las exportaciones en el periodo mencionado, siendo la hipótesis principal que el mercado de EE.UU. representa una oportunidad de negocio para aumentar en gran medida las exportaciones peruanas de quinua en dichos años. Fue de diseño no experimental, longitudinal, utilizando herramientas como por ejemplo el estudio de mercado, recolección de datos de fuentes primarias a través de las entrevistas y fuentes secundarias como la obtenida del internet. Observó que la evolución de las exportaciones de quinua de Perú a Estados Unidos de América se debe a sus cualidades y nutrientes; el mismo que actualmente busca variedad y valor agregado respecto a los bienes que importa, principalmente por la simplicidad y facilidad para su estilo de vida.

En conclusión, la República del Perú fue superior a nivel competitivo y comparativo por contar con tierras agrícolas y climas adecuados para la siembra de variedades de productos frente a otros países. Del mismo modo, el impacto en el comercio de la quinua hacia los EE.UU. conllevó a la rentabilidad de las empresas que se dedicaron principalmente a la exportación de productos elaborados o con valor agregado.

Ferradas y Flores (2015) publicaron el *“Estudio descriptivo del Tratado de Libre Comercio para mejora de la factibilidad de exportación de quinua orgánica a los Estados Unidos, ventajas y desventajas en el año 2015”* estableciendo como objetivo general determinar cómo el estudio narrativo del Tratado de Libre Comercio (TLC), ayudará en el comercio exterior de quinua orgánica al mercado norteamericano. Su población

estuvo conformada por instituciones públicas y privadas vinculadas con la exportación como: MINCETUR, PROMPERU, SUNAT, ADEX, Cámara de Comercio de Lima y La Libertad, MINAGRI, instituciones exportadoras de quinua orgánica, entre otras. Fue una investigación de diseño explicativo y descriptivo, empleando la técnica de la entrevista a los responsables del área de exportación de empresas ubicadas en La Libertad y la información documental proporcionada por las entidades antes señaladas.

Ambos autores llegaron a las siguientes conclusiones; que el Perú ofrece un precio de venta competitivo al mercado norteamericano gracias al Tratado de Libre Comercio que ha permitido desde su implementación el ascenso de los envíos de la quinua orgánica, asimismo existen barreras en el rubro de alimentos y productos orgánicos por la regulación estricta que se tiene que cumplir a través de registros sanitarios, certificaciones de calidad, inocuidad, etc. Además, se requiere cumplir con documentos como por ejemplo la Declaración Única de Aduana (DUA), la Carta de Crédito, el Certificado de Origen, la Certificación Internacional y otros solicitados por el comprador, todo ello en el marco del cumplimiento de las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) así como el HACCP e ISO que tratan sobre la calidad e higiene que deben cumplir los productores y exportadores de quinua orgánica.

Caravedo (2017) en la tesis titulada “*Exportación de harina de quinua a California, Estados Unidos*” mencionó que Estados Unidos es un mercado atractivo para la venta de productos en base a quinua debido a que el consumo de alimentos orgánicos, libres de gluten y fortificados va en aumento cada vez más, representando alrededor de 4% del consumo total de alimentos en ese país; además mencionó que la tendencia de consumo de las nuevas generaciones hacia lo saludable, libre de químicos que no dañen el medio ambiente continua incrementándose debido a la toma de conciencia de la importancia del cuidado del cuerpo y la alimentación; promoviendo un consumo más responsable del producto.

Para el estudio ha escogido el Estado de California por ser un mercado representativo que posee costumbres alimenticias más saludables donde mensualmente el consumo de granos completos por persona representa 288 gramos y principalmente la gran cantidad de millennials o generación del milenio (aquellos nacidos a partir de los años 80 pertenecen a una generación digital) que habitan en California consumen alrededor de 3'231'091 kilogramos mensuales. Afirmó que haber sido nombrado al año 2013 como “Año Internacional de la Quinua” ubicó al Perú en la mira de varios mercados internacionales, dando lugar al crecimiento de negocios en base a quinua así como también la venta de otros productos agrícolas.

El autor concluyó que en Estados Unidos de América – California consumen quinua en harina para ser mezclada con las harinas convencionales para fortificar el producto así como por lo favorable que resulta su consumo para las personas celiacas que tienen problemas digestivos con las harinas clásicas; además a pesar de que el precio del grano de la quinua ha descendido de \$6.17 a \$2.32, entre los años 2014-2016 la exportación de quinua es económicamente rentable específicamente la harina de quinua en un 35%. Finalmente afirmó que la quinua y sus derivados tienen un mayor valor en el mercado exterior, habitualmente en ciudades con población joven como el Estado de California.

2.3. Bases Teóricas

Previo a su desarrollo se describió aspectos importantes como el origen, definición, nombres y variedades de la quinua.

La quinua, cuyo nombre científico es (*Chenopodium quinoa* Willdenow) es una planta herbácea procedente de la región Andina en torno al lago Titicaca que comprende los países de Bolivia y Perú, su cultivo fue realizado preferentemente en los valles altos cerca de los 3000 y 4000 m.s.n.m. debido a que la Cordillera de los Andes provee excelentes medios agrícolas. Respecto a las variedades más

demandadas se tiene referencia que son los de grano blanco de sabor dulce con dimensiones superiores a 1.6 mm aproximadamente, además de la quinua orgánica y la convencional de colores rojo y negro principalmente siendo conocido comercialmente con el nombre de quinoa el mismo que pertenece al sector agropecuario de los productos No Tradicionales (MINCETUR, 2006).

La quinua es una planta anual cuyo origen se atribuye a los Andes en América del Sur, se considera que su domesticación comenzó hace 7000 años a.C. aproximadamente, manteniendo su cultivo de generación en generación por sus cualidades organolépticas de consumo (Mujica, 2004).

El Programa Nacional de Manejo de Cuencas Hidrográficas y Conservación de Suelos (PRONAMACHCS), describe la nomenclatura de la quinua la cual es variada:

Quechua:	Kiuna, Quinua, Kinuwa
Aymara:	Shupa, Jopa, Jupha
Castellano:	Quinua, Quínoa
Inglés:	Quinoa, Pretty rice, Inca rice, Peruvian rice
Francés:	Quinua, Riz de Perú
Alemán:	Reismelde, Inkaweizen
Italiano:	Quinua, Chinua

Uhle (1919) determinó que la planta de quinua se habría comenzado a cultivar 5000 años a.C. que según datos arqueológicos parecen sostener esa afirmación.

Otras fuentes señalan que existen hallazgos que evidencian que fue utilizada como alimento 3000 años a.C.; si bien los investigadores no coinciden con la fecha de origen, sí concuerdan con que la quinua es una planta que se empezó a cultivar en los Andes. Respecto a sus características describió que alcanza entre 0,5 y 2 metros de altura, con tallo recto o ramificado, las semillas pueden ser de colores: blancas, cafés, amarillas, grises, rosadas, rojas, negras (conteniendo la saponina en el pericarpio de la semilla); la panoja mide entre 15 y 70 cm. El tamaño

del grano se puede clasificar en grande (2,2 -2,6 mm), mediano (1,8 – 2,1 mm) y pequeño (menos de 1,8 mm); las principales variedades son Sajama, Real, Kancolla, Cheweca, Blanca de Juli y de Junín, Nariño entre otras (Carrasco, 1988, pp.15-18).

Según el investigador Dr. Ángel Mujica Sánchez, experto sobre el tema, afirmó que: “la quinua es un grano no un cereal, tampoco un pseudo-cereal”; lo cual explica debido a sus distintos rasgos botánicos, anatómicos y fisiológicos. Estableciendo las siguientes diferencias:

Cuadro 1

Diferencia entre grano y cereal

DESCRIPCIÓN	GRANO	CEREAL
Familia	Amarantaceas (Chenopodiaceas)	Poaceas (Gramíneas)
Características de los granos	en aquenio sin gluten	en cariósido con gluten
El embrión	rodea a la semilla	se encuentra en la parte central del grano
Origen	andino	asiático

Fuente: Declaraciones del Dr. Mujica realizadas para la revista Agronoticias (2012).

2.3.1. Tendencias del consumo de quinua

Según el Diccionario de la Lengua Española, define “consumo” como la utilización de comestibles u otros bienes para satisfacer necesidades o deseos (Real Academia Española [RAE], 2018).

La misma fuente define a “tendencia” como: “Propensión o inclinación en las personas y en las cosas hacia determinados fines. Fuerza por la cual un cuerpo se inclina hacia otro o hacia alguna cosa. Idea religiosa, económica, política, artística, etc., que se orienta en determinada dirección”.

Su origen deriva de los verbos tender (que en Latín es tendere) es decir extender algo acercándolo hacia alguien o algo y propender (del Latín propendere) que se refiere a inclinarse o preferir algo en específico ya sea por naturaleza, afición u otro.

Se han realizado investigaciones sobre el análisis de tendencias y algunos autores mencionaron que si bien una tendencia está técnicamente vinculada al estudio de mercado, ese no es el único fin, sino aseveraron que:

La tendencia no se limita a los mercados financieros; en un sentido más amplio, una tendencia es un patrón de comportamiento de los elementos de un entorno particular durante un período. En este sentido, el término análisis de tendencia se refiere al concepto de recoger la información y de evidenciar un patrón, dinámica o comportamiento a partir del procesamiento de esa información. (Castellanos, Fúquene y Ramírez, 2011, p.44)

Esto quiere decir que el análisis de tendencias es un término más profundo que solo el estudio de mercado, permitiendo organizar, cuantificar, procesar y disponer de la información que genere el desarrollo de innovaciones.

De la misma forma, señalaron que el análisis de tendencias no solo predice acontecimientos futuros, también permite identificar actuaciones pasadas y presentes que nos indican cambios que pueden repercutir posteriormente. Para ello se requieren como insumos la información, el recurso o capital humano y la metodología para gestionar la información, analizarla y convertirla en conocimiento conveniente para tomar decisiones ante las vulnerabilidades, oportunidades y amenazas.

El investigador de tendencias sociales Henrik Vejlgaard al respecto aseguró sobre la tendencia que: "...no es algo que ya pasó, sino una predicción de algo que pasará en cierto momento, y en término más

específicos, algo que será aceptado por la persona promedio” (2008, p.8).

Agregó el autor que se requiere tiempo para que una tendencia pueda lograr el cambio en la población, la tendencia de consumo no es resultado de una aparición inesperada, se debe identificar un mismo estilo, inclinación a ciertos productos, cambio de hábitos de consumo que van más allá de estar a la moda naciendo una tendencia emergente.

Para López (2015), las tendencias son: “señales que afloran en el espacio que nos rodea y que tienden a pronosticar cambios en las esferas culturales y de consumo, y en el propio comportamiento del consumidor”; las cuales son actuales y prospectivas y nos dan acceso a prestar atención en el ámbito social, económico y de consumo (p.17).

La autora también hace referencia a conceptos de Córdoba-Mendiola (2009) quien determinó que las tendencias marcan una orientación y un propósito, lo que permite señalar patrones de comportamiento de los usuarios, ya sea en el futuro realizando predicciones o entendiendo situaciones que surgieron en el pasado.

También citó a Caldas (2004) sociólogo y experto sobre tendencias, quien señaló que las tendencias expresan alteridad, movimiento, expansión y se dirige hacia un fin.

Según Vázquez (2017) la teoría sobre las tendencias bursátiles que desarrollaron el periodista Charles Henry Dow y Edward Jones es la más importante siendo conocida como Dow Jones Industrial Average (DJIA), el mismo que es un índice de referencia mundial debido a que las tendencias son cambiantes, dinámicas y pueden ser altivas, bajistas u horizontales. Chávez (2017) afirmó que hoy en día existe el consumidor consciente, responsable o crítico y que la tendencia más importante es el consumo bajo criterios sociales, medioambientales, calidad y precio; consumir con más sentido priorizando lo necesario, eligiendo responsablemente hacemos que las empresas se comporten de manera ética.

Globally Cool - International Business Made Easy (2016) escribió acerca de las tendencias de consumo de la quinua lo siguiente: “Las tendencias de consumo que han impulsado las ventas mundiales de quinua se pueden describir con las etiquetas “autenticidad y variación”, “libre de gluten”, “vegetariana / vegana / flexitariana”, “orgánica”, y “quinua como ingrediente””; consideró que la popularidad de la quinua se debe a la sensibilización de los consumidores de contar con una alimentación más sana, así como proyectó que la quinua convencional se continuará vendiendo a nivel global incluso en canales minoristas llegando al mercado no orgánico; además los exportadores de quinua tienen elevadas opciones de venderle a países como EE.UU. que es líder en el mercado y pertenece al segmento Premium por el crecimiento categórico que ha demostrado (p.4).

Urrutia (2019), en el VII Congreso Mundial de la Quinua y Otros Granos Andinos que se desarrolló en Chile, mencionó que existe una demanda en aumento por alimentos a nivel mundial, con nuevas tendencias de mercado y preferencias de los consumidores quienes se encuentran interesados por una alimentación más nutritiva, sana y son conscientes de los efectos en el medio ambiente que involucra los procesos productivos; lo cual representa un gran reto para el sector alimentario que deberá elaborar productos innovadores con valor agregado e ingredientes naturales, que sean saludables acorde con las tendencias de mercado, que finalmente se traducirá en el desarrollo de la economía, tecnología, investigación y demás ámbitos que benefician a las regiones.

Finalmente, para la presente tesis se ha concordado con lo vertido por la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) quienes han analizado a los consumidores de Norteamérica y el viejo continente mencionando que los consumidores: “... presentan una tendencia de mayor interés hacia el cuidado de la salud, el ambiente y la equidad social. En este sentido los nichos del mercado orgánico y del comercio justo ofrecen interesantes alternativas y mejores precios al productor...”. (FAO, 2011, p.2)

Del párrafo anterior podemos decir que la población de Estados Unidos de América ha mostrado una tendencia al consumo de alimentos nutritivos, orgánicos, naturales, que contribuyen a la buena salud, cuidado del medioambiente y que a su vez permite la equidad social beneficiando al productor al tener mejores opciones y precios generando mayores ingresos económicos lo que conllevará al desarrollo de su comunidad.

2.3.1.1 Alimentación Saludable

Falcón y Riveros (2011) fundamentaron que las tendencias del consumidor de Estados Unidos de América están orientadas hacia los productos funcionales y dietéticos que otorgan beneficios a la salud humana, el fomento de consumo de alimentos bajos en grasas saturadas debido a su población adulta en su mayoría; además la población hispana cada vez más creciente consume productos procesados, les agrada los productos étnicos o de su región y fomentan el crecimiento de restaurantes extranjeros; donde la demanda de alimentos continuará por el crecimiento poblacional y económico de dicho país.

El Instituto Nacional de Consumo ha publicado el artículo sobre “Las Tendencias del consumo y del consumidor en el siglo XXI” y respecto a los hábitos y actitudes en la compra de alimentos señaló que el consumidor tiende a comprar alimentos con una frecuencia cada vez más espaciada, empleando menor tiempo en comprar y elaborar sus alimentos, por lo que prefieren comprar alimentos precocidos o aquellos que necesiten poca elaboración, que contengan ingredientes de calidad que sean naturales, dietéticos, nutritivos, enriquecidos, existiendo una tendencia generalizada a hacer dietas periódicamente por razones estéticas y de salud.

2.3.1.1.1 Cuidado de la Salud

Galindo (2015) mencionó que actualmente gracias a la globalización de la información, difusión de estudios que dan a conocer los beneficios de ciertos productos y a la educación, la población muestra una preocupación mayor por temas de salud y bienestar. Existiendo una tendencia mundial hacia el consumo de productos que contribuyan a una dieta más equilibrada, con menos carbohidratos, grasas, aceites y más fibra, vitaminas y minerales, que incluyan formas de preparación diversas y calidad de los productos.

El Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR (2015) realizó un análisis sectorial de la quinua en ese año y aseguró que existe una “Tendencia mundial por consumo de productos beneficiosos para la salud”; en ese sentido la quinua es un grano prodigioso que favorece a nuestra salud (p.16).

Como hemos mencionado anteriormente, el Dr. Ángel Mujica afirmó que la quinua tiene granos en aquenio sin gluten y los cereales granos en cariósido con gluten; siendo la quinua un alimento que beneficia a las personas que padecen enfermedad celíaca debido a que no deben consumir gluten.

A través de la investigación denominada “El mercado y la producción de quinua en el Perú” el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura - IICA (2015), mencionó que la quinua posee mayor cantidad de compuestos bioactivos como ácidos fenólicos y flavonoides que la kiwicha y cañihua; lo que beneficia en el tratamiento de cáncer y enfermedades degenerativas y cardiovasculares. Su contenido de tocoferol es importante debido a su potencial anticancerígeno y antiinflamatorio. Asimismo, describió importantes investigaciones referentes a los beneficios de la quinua para la salud como los que se mencionan a continuación:

De acuerdo con la Sociedad Americana de Pediatras, los alimentos para los lactantes deben contener al menos 2.7% de la energía en

la forma de ácido linoleico (Ruales and Nair, 1993). Además, el ratio de ácido linoleico/linolénico es el adecuado. Una dieta con una alta relación n-6/n-3 (proporción de ácidos linoleico/linolénico) promueve la patogénesis de muchas enfermedades degenerativas, tales como las enfermedades cardiovasculares, el cáncer, la osteoporosis, así como de otras enfermedades inflamatorias y autoinmunes.

A pesar de ser consideradas generalmente como antinutrientes, las saponinas de la quinua que se encuentran presentes en el pericarpio tienen algunas propiedades beneficiosas para la salud, por ejemplo, tienen propiedades insecticidas, antibióticas y fungicidas (Zhu et ál, 2002). También hay algunas evidencias de que las saponinas de la quinua poseen propiedades antiinflamatorias (Mujica, 1994) y la investigación de Guclu-Ustundag y Mazza (2007) ha demostrado que pueden contribuir a reducir el colesterol.

En unas investigaciones se detectaron isoflavonas, en particular, genisteína y daidzeína, en las semillas de quinua (Vega-Galvez, 2010). Estos compuestos están implicados en la fisiología vegetal (protección contra los agentes patógenos, de la luz UV y en los suelos limitados de nitrógeno). En el caso de humanos, estos compuestos pueden ser reconocidos por los receptores de estrógenos. Están implicados como inhibidores de enzimas de tirosina quinasa, y como antagonistas de la contracción del vaso. También reducen la resistencia arterial, mejoran la densidad ósea y estimulan la secreción osteoprognerina por los osteoblastos, además, tienen propiedades antioxidantes. (Instituto

Interamericano de Cooperación para la Agricultura - IICA, 2015, pp. 44-53)

Muchos estudios han determinado que el alto contenido nutricional aporta propiedades antihipertensivas, hipocolesterolemiantes, antioxidantes, antimicrobianas, inmuno moduladoras entre otras. Adicionalmente, las investigaciones expuestas coincidieron en que la saponina en cantidades muy pequeñas puede contribuir a mejorar nuestra salud y servir para prevenir algunos males.

Por otro lado, Portugal (2017) señaló que existen empresas farmacéuticas en los Estados Unidos de América y Europa que están empleando la saponina en la elaboración de medicamentos quimioterapéuticos para tratar el cáncer y la producción de esteroides.

Existen estudios que han demostrado una directa correlación entre la salud de las personas y una alimentación suficiente y variada en cantidad y calidad como lo ofrecido por la quinua; es así que el estado de nutrición influye en la salud, por ejemplo a una persona desnutrida le resulta difícil combatir las enfermedades.

Al respecto la FAO sostiene que: “Si el organismo no recibe las suficientes sustancias nutritivas, se producen problemas nutricionales como la anemia y la desnutrición; si se ingieren en exceso se producen alteraciones como la obesidad, la cual tiende a estar asociada con enfermedades crónicas degenerativas” como por ejemplo la hipertensión arterial, diabetes y enfermedades del corazón (FAO -Secretaría de Educación con la Cooperación Técnica y financiera, 2010, p. 81).

En EE.UU. el consumo de quinua también ha mostrado una tendencia creciente en personas que atraviesan problemas de salud como obesidad en más del 20% de su población, enfermedad celíaca, desórdenes alimenticios y otros; siendo la quinua una gran alternativa por ser un alimento rico en grasa de 4% a 9%, siendo el

50% ácido linoléico que es elemental para la buena alimentación; que además ayuda a prevenir enfermedades como el cáncer de colon, diabetes y males cardiovasculares.

2.3.1.1.2 Propiedades Nutricionales

El Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura– IICA (2015), aseguró que la quinua es un alimento altamente nutritivo por ser fuente de proteínas, grasas, hidratos de carbono, fibra, vitaminas y minerales.

La quinua posee un gran contenido de macronutrientes, aminoácidos y minerales. Todos los investigadores concordaron con que la quinua es un alimento muy nutritivo, sin embargo, existen varios autores y estudios que consideraron valores similares pero no iguales en cuanto a la composición de nutrientes, los mismos que difieren dependiendo de la variedad, la zona cultivada, tipo de suelo, factores climáticos, etc. En general para el presente trabajo se ha considerado los valores proporcionados por ALADI-FAO en su publicación del año 2014.

Cuadro 2

Composición química de la quinua

Componentes	QUINUA (%)
Proteína	13
Grasa	6.7
Fibra	3.45
Cenizas	3.06
Calcio	0.12
Fósforo	0.36
Hidratos de Carbono	71

Fuente: Datos tomados de ALADI – FAO 2014.

De la misma manera, muestra un comparativo del grano de quinua respecto a otros cereales.

Cuadro 3

Contenido nutricional comparativo de la quinua con relación a otros productos.

Macronutrientes	Unidad de medida	PRODUCTO				
		QUINUA	MAIZ	FREJOL	TRIGO	ARROZ
Energía	Kcal/100g	399	408	367	392	372
Proteína	g/100g	16.5	10.2	28	14.3	7.6
Grasa	g/100g	6.3	4.7	1.1	2.3	2.2
Carbohidratos	g/100g	69	81.1	61.2	78.4	80.4

Fuente: Datos tomados de ALADI - FAO 2014.

Cabe mencionar que el valor proteico y la cantidad de aminoácidos de la quinua son superiores respecto a los otros cereales, los mismos que generan energía, contribuyen al aprendizaje, memoria, plasticidad neuronal, funcionamiento hepático, gástrico, refuerza el sistema inmunológico y cardiovascular (Kamiya, Ridia y Torres, 2014).

También se señala que: “La quinua es una semilla que se puede consumir como cereal, la cual provee la mayor parte de sus calorías en forma de hidratos complejos, pero también aporta cerca de 16 gramos de proteínas por cada 100 gramos...” asimismo, se tienen aproximadamente 6 gramos de grasa por cada 100 gramos de quinua (Ministerio de Economía y Finanzas, Ministerio de Agricultura y Riego y Sierra Exportadora, 2016, p.23).

Mujica *et al.* (2006), en el “Proyecto Quinua: Cultivo multipropósito para los Países Andinos” mencionaron que la nueva tendencia de los consumidores está dirigida al cuidado de la salud y nutrición, dando pase al incremento de la demanda por tres grupos de alimentos que se detallan a continuación:

- a. Los alimentos mínimamente procesados: refiriéndose a aquellos que atraviesan por procesos que demandan tratamiento térmico en menor medida y son sometidos a

limpieza, desinfección, troceado, empacado y refrigerado; obteniendo alimentos de mejor calidad sensorial y 100% natural como es el caso de las frutas y verduras.

- b. Los alimentos funcionales: son aquellos que además de su contenido químico normal como (proteínas, grasa, carbohidratos, vitaminas y minerales); ostentan compuestos orgánicos que previenen o reducen algunas enfermedades, dentro de las que podemos citar son las afecciones coronarias, diverticulosis, cáncer de colon, envejecimiento celular, etc. en virtud a que interceden elementos como: la fibra dietaria, antioxidantes, aceites esenciales como Omega 3 y 6, flavonoides, antocianinas, ácido oleico y saponinas en el caso de la quinua.
- c. Las mezclas vegetales: consiste en la necesidad de complementar los nutrientes aportados por los diferentes recursos alimenticios (ya sea por sus características fisicoquímicas, nutricionales y funcionales) que a través de procesos tecnológicos se crean nuevos o mejorados productos alimenticios en cumplimiento de los requerimientos calóricos, proteicos, necesidades, gustos e intereses de los consumidores.

2.3.1.1.3 Costumbre, cultura y tradición

Todas las culturas tienen sus propias costumbres y tradiciones, las mismas que se han transmitido durante un largo período de tiempo. Se entiende por costumbres a las prácticas comunes o hábitos que han adquirido la mayoría de pobladores de determinado lugar, mientras que las tradiciones son la información transmitida por varias generaciones producto de sus costumbres.

En ese sentido, este pequeño grano milenario de los Andes, constituyó la base de la alimentación de la población alto andina principalmente del Perú antiguo desde más de cinco mil años atrás; se expandió a Bolivia, Chile, Argentina y Ecuador. La gran diversidad genética se concentra cerca de la Cuenca del Lago

Titicaca donde se originó su cultivo y se han registrado en los bancos de germoplasma del Perú aproximadamente tres mil muestras de quinua que no se utilizan en todo su potencial (Ministerio de Agricultura y Riego, 2015).

Globally Cool - International Business Made Easy (2016), afirmó que muchos consumidores a nivel mundial muestran interés por degustar productos innovadores o etiquetados como “auténticos”; a esto se suma que la quinua ha desempeñado un rol importante en la alimentación de los antiguos pobladores de las zonas productoras, siendo un grano nativo de la región andina respaldada por su gran historia que data de siglos atrás.

Hurtado (2005) mencionó que dentro de las funciones del Estado Tahuantinsuyo se dispuso proporcionar alimentación balanceada y nutritiva al pueblo. La alimentación era una gran preocupación de los Incas, destinado a niños, adultos y principalmente para los pobladores que sufrían enfermedades; por ello contaban con más de 500 especies domesticadas de alimentos de origen vegetal (dentro de ellas el grano milenario de la quinua) y cerca de 20 especies de origen animal. En las épocas incaicas se les enseñó a producir alimentos a través de la industria alimentaria para obtener productos derivados de mayor durabilidad y valor nutritivo, se sometían los alimentos a diversas formas de deshidratación, por ejemplo de la papa se obtenía el chuño, tocosh, tunta; del maíz se obtenía la máchica, la jora, etc. De esta manera se procedía a la conservación de los alimentos por mayor tiempo y alcance a la población, siendo la quinua uno de los productos preferidos que no requería de procedimiento de deshidratación por su bajo contenido de humedad.

En el Perú, el Ministerio de Agricultura y Riego en el documento denominado: “Quinua Peruana Situación Actual y Perspectivas en el Mercado Nacional e Internacional al 2015”, mencionó que:

Siglos atrás la quinua formó parte de la dieta alimenticia de los antiguos peruanos, sin embargo, con la llegada de los

españoles fue relegada de la mesa de los pobladores de muchas regiones, en especial de la costa peruana. A pesar de ello, su consumo se mantuvo constante en la zona alto andina, alimentando a grandes poblaciones, especialmente marginales, junto con otros granos nativos como: el maíz, la kiwicha o amaranto y la cañihua. (Ministerio de Agricultura y Riego, 2015, p.4)

Es así que por muchos siglos la quinua estuvo presente en la mesa de los pobladores, sin embargo, fuentes como las que hemos señalado explican que fue desplazada de cierto sector; pero su cultivo y consumo antiguamente, especialmente entre los pobladores que habitaban las regiones alto andinas, persistieron con una alta incidencia de producción para el autoconsumo de quinua y no para la comercialización a gran escala debido a la disminución de vocación productiva, efectos climatológicos como las sequías, friajes, escasa asistencia técnica, bajos niveles tecnológicos, limitaciones de acceso al crédito y a los mercados.

En el Perú, solo se cuentan con datos referidos a la producción y exportación de quinua, mas no se conoce con certeza el destino de la producción de manera detallada a lo largo del tiempo; es así que la Organización Internacional del Trabajo (OIT) afirmó que: “No existen datos oficiales sobre el consumo nacional, menos regional ni local”; por tal motivo realizaron entrevistas a los agricultores de las principales zonas productoras como Puno y Ayacucho, del mismo modo recopilaron información de los Talleres de Validación Regionales y Nacional; concluyendo que de la producción total de quinua del año 2013, el 35% fue destinado a las exportaciones, el 20% para autoconsumo, el 10% reservado para semillas, el 20% fue almacenado para destinarlo posteriormente al mercado de manera gradual y un 15% cubre la demanda del mercado local (Organización Internacional del Trabajo, 2015, p.13).

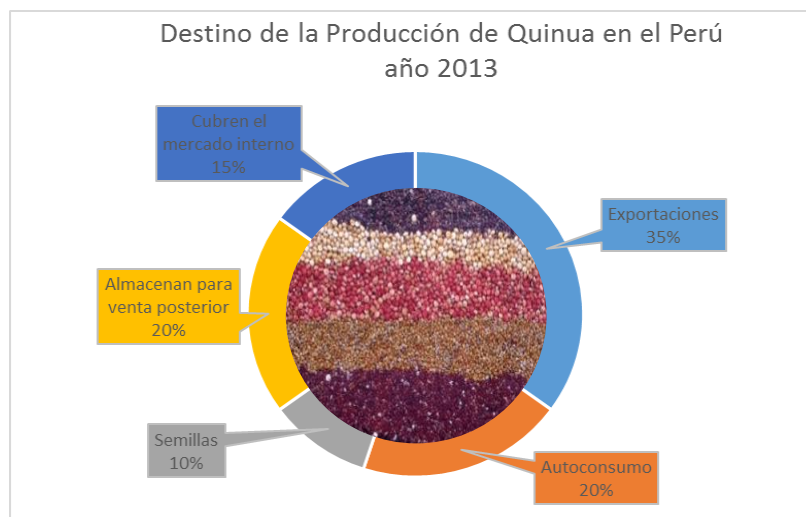


Figura 1: Destino de la producción de la quinua peruana en el año 2013. Fuente: Basado en entrevistas realizadas por la OIT.

Para los hermanos Suca Apaza, son los mismos productores de quinua quienes la emplean para autoconsumo, se caracterizan por tener un esquema de consumo cimentado en las costumbres que han adquirido de sus ascendientes, valorándola como parte importante en su alimentación; este sector, considerado de nivel socioeconómico bajo, consume aproximadamente el 60% del total de quinua producida en Puno (zona productora por excelencia). En estos últimos tiempos, los peruanos han desarrollado el hábito de consumir quinua y conocen cada vez más sus atributos nutricionales, también son principales consumidores los pobladores que han migrado de la zona rural a la urbana, quienes compran quinua en ferias de fin de semana debido a que es parte de su costumbre y tradición, al respecto dijeron que:

Respecto a los mercados nacionales, el segmento de mercado está caracterizado por residentes puneños en otras regiones, quienes consumen la quinua por hábito y por conocer sus propiedades nutricionales.

Sin embargo, existe una calidad moderada de la demanda, puesto que, en algunas principales ciudades del Perú existe un buen porcentaje del sector laboral, formal e informal que, por razones de

tiempo toman su desayuno en algunas esquinas de las avenidas y calles donde muchos ambulantes venden jugo de quinua con manzana (Arequipa, Cuzco y Puno) o un vaso de quinua con avena al paso en la ciudad de Lima. Este segmento de consumidores es importante considerarlo a la hora de determinar la ventaja competitiva.

Los peruanos consumidores de quinua consideran a ésta como un alimento muy nutritivo y natural, pero son poco exigentes respecto a la calidad de grano como también en productos procesados con presentaciones sofisticadas y, consecuentemente, constituyen las causas del limitado desarrollo de la agroindustria de quinua en la región de Puno. (F. Suca y C. Suca, 2008, p.17)

El Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI) señaló que el tamaño aproximado del mercado de quinua se calcula en base a la Demanda Interna Aparente (DIA) que representa un indicador importante; sin embargo existe un grado de error a causa del comercio informal (el mismo que también se presenta en la quinua que ingresa a Perú desde Bolivia sin ser declarada). En estos últimos años, el consumo per cápita demostró un crecimiento elevado, así como se muestra en la siguiente tabla de evolución de los años 2000 al 2018, dato obtenido dividiendo la DIA entre la población nacional, evidenciando que el consumo promedio de los años 2000 al 2013 fue de 1.09 kg por persona aproximadamente y que el año 2014 tuvo un incremento de más del 128.8% respecto al año anterior reflejando un 2.54 kg por persona, en el año 2015 se registró 3.2 kg, disminuyendo en el año 2016 y 2017 con 1.6 kg y 1.8 kg respectivamente mientras que para el año 2018 se incrementó alrededor de 2.05 kg por persona.

Asimismo, precisó que debido a los precios elevados, inaccesibles para algunos, muchas veces no es posible cubrir el requerimiento potencial del mercado interno.

Cuadro 4

Consumo Per Cápita de quinua periodo 2000-2018

Años	Demanda Interna Aparente (DIA)	Población (habitantes)	Consumo Per/Cáp.
2000	27 928 180	25 983 588	1.07
2001	22 118 968	26 366 533	0.84
2002	30 126 395	26 739 379	1.13
2003	29 764 118	27 103 457	1.10
2004	26 782 850	27 460 073	0.98
2005	32 027 568	27 810 540	1.15
2006	29 270 713	28 151 443	1.04
2007	30 385 028	28 481 901	1.07
2008	27 882 347	28 807 034	0.97
2009	36 729 664	29 132 013	1.26
2010	36 358 451	29 461 933	1.23
2011	33 613 375	29 797 694	1.13
2012	33 810 410	30 135 875	1.12
2013	33 826 306	30 475 144	1.11
2014	78 119 596	30 814 175	2.54
2015	99 702 329	31 156 977	3.2
2016	50 405 750	31 503 594	1.6
2017	57 286 800	31 826 000	1.8
2018	65 577 975	31 989 256	2.05

Fuente: Datos tomados de MINAGRI-CISEX-INEI- (2015), completada con datos de periódicos como El Comercio, Gestión y Expansión.

Respecto al consumo anual de quinua de los países productores como Bolivia y Perú, en el año 2012 era de 2.37 kg y 1.15 kg por persona respectivamente; mientras que los países importadores registraron niveles de consumo muy bajos por ejemplo para los Estados Unidos se estimó un consumo de 0.03 kg por persona aproximadamente (ALADI- FAO, 2014, pp.33-34).

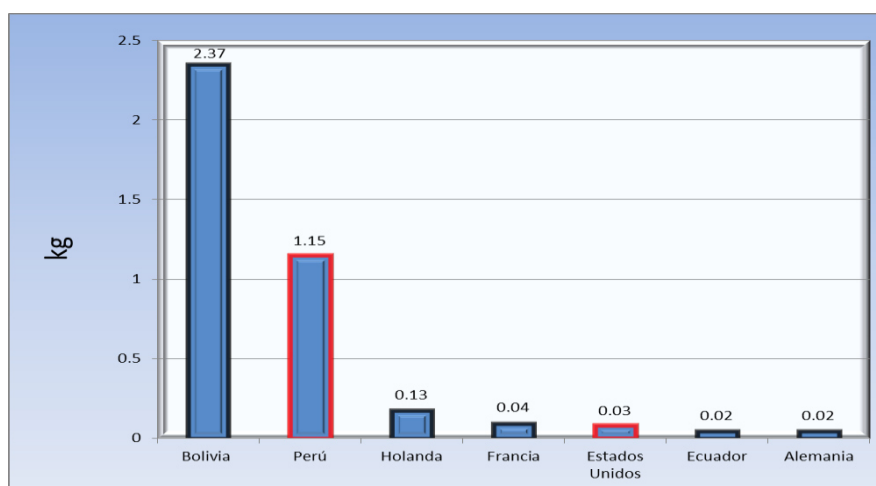


Figura 2: Consumo anual de quinua por persona en el año 2012

Fuente: Tendencias y perspectivas del comercio internacional de la quinua. ALADI-FAO, 2014.

Sin embargo, durante los últimos años las cifras de consumo de quinua tanto nacional e internacionalmente se han incrementado por múltiples factores, entre los que podemos identificar el impacto positivo que tuvo la denominación como “Año Internacional de la Quinua” en el año 2013, la difusión que se dio por parte de los Gobiernos productores, las políticas de apertura comercial, la revalorización de nuestro grano andino y demás elementos sumados a la migración de latinos a EE.UU. principalmente al Estado de California, que como hemos visto mantienen arraigadas sus costumbres y tradiciones de consumo lo que ha permitido la demanda elevada del producto.

2.3.1.1.4 Versatilidad del producto

Galindo (2015) hizo referencia a lo vertido por la Corporación Colombiana Internacional que señaló que una de las grandes tendencias del mercado de alimentos es la “conveniencia” es decir el consumo de alimentos que se adecuen a un estilo de vida moderno que involucra menor tiempo en la preparación y en el consumo de alimentos, facilidad de consumo por porciones, en presentaciones que estén listos para consumir, cocinar, precocidos, precortados, congelados, etc.

Al respecto diremos que la quinua es un producto versátil, del cual se pueden industrializar alimentos que vayan acorde al estilo de vida moderno, es así que en el mercado de los EE.UU. se pueden apreciar productos elaborados en base a quinua como las barras energéticas, granolas, pastas, papillas, chocolates con quinua, hojuelas de quinua, bebidas que incluyen quinua con sabor a frutas, cereales, pop de quinua, quinotto, galletas, demás productos en la industria de la panificación que hacen uso de harina de trigo fortificándolos con mezclas de harina de quinua y otras harinas y muchos otros productos de fácil portabilidad, listos o casi listos para consumir. Además se puede incorporar con destreza a los platillos nacionales e internacionales, de sabores variados (salados, dulces, agrios, picantes) e incluso para la preparación de refrescos, helados, licores y postres.

Mina (2014) indicó que los productos que se pueden industrializar son a partir de la quinua perlada que es el grano de quinua seleccionado, limpio o libre de impurezas y desaponificado es decir libre de saponina, ésta a su vez pese a ser una sustancia amarga también se emplea para elaborar productos como: cerveza, champú, crema corporal e hidratante, pesticidas, líquidos contra incendios, hormonas sintéticas, emulsionante de grasas, detergentes, pasta dental, antibióticos e incluso en la industria fotográfica.

Los pobladores de los países que producen quinua lo emplean para preparar platillos dulces y salados, formando parte del menú habitual de las familias así como lo menciona el Dr. Mujica (1994):

La quinua se consume tradicionalmente en el Perú y Bolivia como grano cocido utilizándose en sopas, quispiño, tactte y pesqhe o como un reemplazo del arroz. El quispiño es un pan cocido hecho con harina de quinua cruda y grasa animal, que se utiliza para viajes largos y puede mantenerse conservado

durante al menos seis meses sin refrigeración, manteniendo su consistencia. El tactte es una torta pequeña hecha con harina de quinua, frita en grasa animal, de consistencia crujiente y mantiene su sabor durante un largo tiempo. El pesqhe es una papilla hecha con granos desaponificados de quinua. (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura - IICA, 2015, p.15)

La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), promovió en el año 2014 el Recetario Internacional de la Quinua: Tradición y Vanguardia; que cuenta con una variedad de recetas desde entradas, platos de fondo y bebidas sugeridas por los más distinguidos cocineros de diferentes países del mundo. Se ha evidenciado que en EE.UU. también se consume la quinua en diferentes formas de preparación y es empleado en restaurantes inclusive en la preparación de platos gourmet.

Esto justifica de alguna manera que más del 90% de quinua que se exporta desde Perú es sin mayor valor agregado (siendo manufacturado en el país destino o empleado para la elaboración de platillos), es decir la presentación que predomina es la exportación del grano de quinua con la partida arancelaria 1008.50.90.00 Quinua en grano (excepto para siembra); sin embargo, para obtener mayores márgenes de ganancia existen empresas que vienen elaborando productos en base a quinua que también exportan en menor cantidad en las siguientes presentaciones empleando diferentes métodos de procesamiento como:

Harina de quinua: se obtiene después del lavado o blanqueado y perlado con el pericarpio y el germen debido al tamaño pequeño del grano, luego el grano de quinua es molido hasta obtener la harina.

Quinua pop: es un producto que se obtiene sometiendo el grano de quinua a gran presión lo que genera aumento de volumen.

Extruidos de quinua: que son de consumo inmediato obtenidos por la cocción por extrusión.

De igual manera se han elaborado muchos otros alimentos en base a quinua, dentro de los más destacados tenemos a las hojuelas, salsas, quinua perlada, harina de quinua e inclusive cápsulas, cosméticos y semillas.

Cuadro 5

Exportación de quinua según sus presentaciones durante los años 2010 al 2017

PRESENTACIONES \ AÑOS	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Natural o grano entero	4 342 567.27	7 465 585.43	10 433 310.42	16 341 570.45	32 607 950.73	36 950 972.44	44 251 811.27	46 163 074.85
Otras presentaciones	596 153.32	758 500.41	1 442 132.34	2 991 342.11	5 386 670.89	8 484 308.13	8 628 548.84	9 561 794.56
Salsa	0	0	0	262.34	151 400.00	177 611.19	339 322.02	161 250.03
Hojuelas	7.28	7.86	46	5 160.38	16 037.62	18 722.07	75 853.09	50 178.30
Perlado	0	0	0	0	11 999.94	17 149.72	4 371.75	5 859.19
Tostado	0	0	0	0	0	161.00	0	5 070.00
Grano	0	0	730.31	43 662.00	5 476.00	4 368.22	0	0
Cosmético	0	0	61.41	0	0	0	0	229.48
Cápsulas	0	494.89	0	423	0	0	0	0
Golosinas	0	0	0	0	0	0	0	179.07
Snacks	0	0	0	0	0	0	0	2.23
Congelado	0	0	0	0	0	9.00	18.00	11.00
Polvo	0	0	0	89.62	0	18.41	516.47	55.04
TOTAL	4 938 728	8 224 589	11 876 280	19 382 510	38 179 535	45 653 320.18	53 300 441.43	55 947 703.75

Fuente: “Análisis de la cadena de valor en el sector de la quinua en Perú: aprovechando las ganancias de un mercado creciente a favor de los pobres” (OIT) y “Exportación del producto quinua según sus principales presentaciones en kg” (SIICEX). Elaborado: Oficina Internacional del Trabajo - OIT, 2015 y SIICEX (2019).

Como hemos descrito anteriormente, el consumo de quinua estaba destinado para el autoconsumo de los pobladores y productores de los países andinos que mantenían su cultivo como parte de sus actividades productivas y de sobrevivencia e incluso en las tradiciones culturales era utilizada como ofrenda en los rituales.

Años atrás la eliminación de saponina se realizaba de una manera básica, posteriormente gracias a la mayor producción (debido a la gran demanda internacional) se han optado por métodos mecánicos tanto para eliminar el contenido de saponina como de otras impurezas. Además como vemos en el cuadro anterior se ha diversificado sus usos los cuales van más allá del terreno alimenticio; abarcando en el año 2018 múltiples industrias como la química, farmacéutica, estética, aprovechando sus usos medicinales, cosméticos y alimenticios. Así como también el ganado se ve favorecido con los subproductos del cultivo porque se aprovecha para su alimentación (ALADI- FAO, 2014).

Por lo expuesto, si bien el principal uso de la quinua estuvo y se encuentra aun básicamente orientado hacia el consumo humano tanto dentro y fuera de las naciones productoras, no es el único uso que se le asigna en estos últimos tiempos.

2.3.1.2 Cuidado del Medioambiente

Mc Donnell y Yáñez (2008) afirmaron que: "...las nuevas tendencias que en la actualidad son prioridad para una parte cada vez más creciente de la población, que tienen relación con una actitud mucho más activa respecto a temas como el medioambiente y la alimentación sana" donde el perfil del consumidor muestra gran interés por el cuidado del medioambiente, los mismos que se encuentran informados en cuanto a actualidad de impactos ambientales y sobre los alimentos orgánicos que contribuyen a la preservación ambiental (p.8).

Mencionaron que en estos tiempos, los consumidores al momento de decidir la compra de productos valoran temas como el calentamiento global, el agotamiento de recursos renovables y todas aquellas derivadas de la política ambiental por parte de múltiples Estados, esto a razón de que en la sociedad existe un

interés cada vez más creciente por mejorar la calidad de vida y el cuidado del medioambiente.

Otro aspecto transcendental a considerar es la globalización y al respecto señalaron que:

A partir del fenómeno de la globalización, donde los actos de un país afectan en mayor o menor medida a los demás y viceversa, está naciendo una tendencia cada vez más acentuada, a la toma de conciencia por parte de la sociedad de los riesgos que conlleva el sistemático deterioro del medioambiente, que se ha producido de manera cada vez más veloz en el ultimo tiempo. Esta idea cada vez más generalizada ha sido sin duda ayudada, por el mayor acceso a la información, gracias al desarrollo de los diversos medios de comunicación. (Mc Donnell y Yáñez, 2008, p.12)

También hicieron referencia al concepto de “La Responsabilidad Social Empresarial” que se refiere a la gestión de los negocios para el mejoramiento de la competitividad, sustentabilidad, logro de objetivos estratégicos y mejora de la calidad de vida de las personas, la misma que abarca cinco áreas como: la ética empresarial, la calidad de vida laboral, el compromiso con la sociedad, el marketing responsable y el medioambiente que busca el desarrollo rentable de la empresa considerando objetivos ecológicos que promuevan cambios de la cultura medioambiental.

Chamorro (2001) precisó que la tendencia social de preocupación por el deterioro del medioambiente está originando un nuevo segmento de consumidores denominado “consumidores ecológicos o verdes”, quienes optan por la compra de productos de menor impacto sobre el medioambiente que sean ecológicos, que además de cubrir sus necesidades nutricionales protejan el entorno natural; siendo una forma de exigir a las empresas para que empleen el marketing medioambiental o ecomarketing.

2.3.1.2.1 Quinua orgánica

Peña (2007) en el documento que preparó para la Cámara de Exportadores de la Paz - Bolivia, hizo alusión de la tendencia de mercado orientado al consumo de productos orgánicos definiéndolos como aquellos que se han producido bajo métodos agrícolas que utilizan procesos naturales, conservan los recursos, mejoran la biodiversidad y mantienen el ecosistema de una manera sostenible y no con el empleo de insumos químicos externos que se usan para mejorar la productividad.

La autora ha catalogado a los productos orgánicos como productos pretendidos de élite con gran aceptación en países con altos índices de desarrollo y poder adquisitivo como Estados Unidos de América, Japón y Europa. Siendo Bolivia y Perú los principales países que abastecen de quinua orgánica en un 85%, remarcó que: “Los productos tienen una demanda creciente, dadas las bondades alimenticias de dichos productos. Se puede afirmar que no existen problemas para una expansión de estos productos en el mercado internacional” (p.3).

F. Suca y C. Suca (2008), respecto a la demanda de quinua orgánica, hicieron mención que los mercados internacionales como Estados Unidos de América, Canadá y Japón exigen que se tenga la certificación de producto orgánico, con bajo contenido de saponina, que se encuentre limpia de impurezas, que el grano sea de tamaño y color homogéneo; el mismo que debido a sus cualidades nutricionales y su calidad proteínica está considerada como uno de los mejores cereales del mundo.

En el Perú, el MINAGRI señaló que: “la quinua orgánica tiene un mercado más selecto, orientado especialmente a nichos de mercado donde goza de una mejor cotización”, puso como ejemplo la quinua de Bolivia y recomendó que Perú debe utilizar elementos que permitan identificar el producto según las regiones geográficas

al que pertenece, dando a conocer sus características como: tamaño, color, sabor, variedad entre otros que denoten la calidad y lo distingan de la quinua costera (Ministerio de Agricultura y Riego, 2015, p. 32).

El VI Congreso Mundial de la Quinua y Tercer Simposio de Granos Andinos, que se realizó en el Perú en marzo de 2017, ha resaltado la quinua orgánica de la región Puno por su calidad y alto valor nutricional. Respecto a ello, el Dr. Ángel Mujica Sánchez (investigador en granos andinos), subrayó que pese a ser Puno la cuna del grano de quinua, ésta se ha domesticado en diversos países, sin embargo, aspectos como la calidad de suelos, ubicación geográfica, altitud y otros hacen que la quinua de la Región Puno (con 79% de la producción total nacional) sea única en el mundo por ser un cultivo ecológico, orgánico y que cuenta con un alto contenido de aminoácidos, proteínas, vitaminas y minerales. En estos últimos años se viene exportando alrededor del 30% de la producción orgánica al mundo, principalmente a Europa y Estados Unidos de América.

Galindo (2015), en base a estudios realizados por la Promoción de turismo, inversión y exportaciones en Colombia en el año 2013, la autora mencionó que: “Las tendencias en el mercado internacional de frutas y verduras se centran en siete aspectos: productos naturales, productos 100% orgánicos, diferenciación en empaques y presentaciones, aporte nutricional, trazabilidad, certificaciones y responsabilidad social en la producción y comercialización” (p.27).

En efecto, al igual que en las tendencias internacionales de consumo de frutas y verduras, en los granos andinos también se pueden identificar estos siete aspectos, principalmente el de ser productos naturales con certificación 100% orgánicos de gran aporte nutricional que contribuyen al beneficio de la salud.

Mc Donnell y Yáñez (2008), de los estudios realizados, afirmaron que la actual tendencia está orientada en su mayoría hacia una alimentación en base a productos orgánicos, ya que gran parte de la población señaló tener estos hábitos alimenticios desde hace menos de cinco años atrás, en consecuencia, en los últimos años gracias a la influencia de la globalización y los medios de comunicación se han hecho conocidos los productos orgánicos donde las personas cada vez más valoran la función que cumplen este tipo de productos hacia una alimentación sana.

El Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (INIAP), señaló que en Ecuador solo el 33% de la producción de quinua es orgánica y producida principalmente por ERPE y COPROBICH, no obstante se han creado más empresas dedicadas a los productos orgánicos a raíz del fomento de la producción y del denominado boom de las exportaciones de quinua a nivel mundial.

Finalmente, se mencionó que en materia de vida saludable los consumidores valoran que sean productos orgánicos y al respecto es importante señalar que los Gobiernos que comercializan con estos productos orgánicos deben crear normas para certificar que en efecto se realicen con los sistemas productivos adecuados.

2.3.1.2.2 Adaptabilidad del cultivo

El Coordinador del Equipo Multidisciplinario para América del Sur –FAO, Alan Bojanic, aseveró que el cultivo de quinua tiene una sorprendente adaptabilidad a diferentes pisos agroecológicos, pueden crecer con una escala de 40% a 80% de humedad relativa y tolerar temperaturas que van desde -4°C hasta 38°C, es una planta que resiste a la falta de humedad del suelo, eficiente en el uso de agua e inclusive admite precipitaciones de 100 a 200 mm.

Además consideró como principales productores de quinua a Bolivia, Perú y Estados Unidos de América, afirmando que hoy en día el cultivo se está expandiendo a otros continentes como Europa y Asia obteniendo elevados niveles de rendimiento, siendo relevante para la seguridad alimentaria y nutricional de la humanidad (FAO, 2011).

En consecuencia, la adaptabilidad del cultivo fue uno de los factores que motivó la importación de la quinua para consumo y para la siembra por parte de los países interesados. Cabe mencionar que actualmente se aprecia una dinámica expansiva de cultivar quinua en otros países del mundo debido a que además de sus bondades nutricionales es un producto que requiere poca agua y se adecua a diferentes pisos altitudinales, suelos, zonas con humedades relativas y climas con temperaturas muy bajas como muy altas, dependiendo de la variedad o ecotipo.

El MINAGRI (2015) refirió que en los años 2000 al 2013 si bien es cierto que los principales productores fueron Perú, Bolivia y Ecuador quienes representaron el 90% de la producción mundial; los países importadores de quinua como EE.UU. y Canadá han adaptado el cultivo a su medioambiente representando el 10% restante de la producción mundial. Además otros países que no son consumidores o importadores, se muestran interesados en producir quinua debido a los siguientes motivos: adaptabilidad del cultivo por su gran biodiversidad genética, resiste sequías, tolera salinidad, contribuye a la seguridad alimentaria debido al elevado contenido nutricional, genera empleo e ingresos a los agricultores de esos países que rápidamente vienen en aumento pues los países que cultivaban quinua pasó de seis a trece del año 2013 al 2014; y que actualmente se habría extendido a alrededor de 57 a 70 países. Lo cierto es que la quinua se ha adaptado a diferentes latitudes y condiciones agroclimáticas

aportando así a la seguridad alimentaria y combatiendo el hambre mundial.



Figura 3: Evolución de la exportación de quinua para siembra de Perú al mundo y a Estados Unidos de América, en valor FOB Sub partida arancelaria N° 1008.50.1000 (US dólares americanos) del periodo 2012-2018.
Fuente: Trade Map.

Como podemos apreciar, en base a datos publicados por Trade Map, el Perú antes del año 2012 registraba mínimas exportaciones de quinua para la siembra; sin embargo, al siguiente año su crecimiento fue exponencial es así que en los años 2013 y 2016 el país que compró casi en su totalidad fue EE.UU. que ha adaptado satisfactoriamente dicho producto a sus suelos; en el año 2014 nuestros principales compradores de semillas de quinua fueron Italia y Alemania, en el año 2015 fueron Canadá y Malasia, en el año 2017 fue Chile y en el año 2018 Arabia Saudita que importó el 60% mientras EE.UU. el 40% de quinua para la siembra desde Perú.

La producción de quinua se concentra primordialmente en los valles interandinos y zonas altiplánicas, sin embargo ante el boom de las exportaciones y aprovechando su gran capacidad de adaptabilidad, el Gobierno peruano fomentó el cultivo en la

costa por sus características agroclimáticas favorables para la producción que ha mostrado altos rendimientos por el empleo de insumos químicos para combatir plagas e insectos, aunque cabe precisar que no es orgánica ni tiene la misma calidad que la quinua convencional de la sierra.

Según el Diario Correo (2015) en ese año fueron rechazados varios cargamentos de quinua costera por parte de las autoridades sanitarias de los EE.UU. por no cumplir con los rigurosos controles y estándares de calidad exigidos debido a que encontraron restos de pesticidas y agroquímicos prohibidos en el uso del crecimiento de la planta; como consecuencia de dicha devolución, en el año 2016 surgen problemas como la menor demanda internacional del producto, menor producción de quinua en los departamentos de la costa, baja en los precios internacionales que sumados a los efectos del cambio climático, entre otros hicieron que disminuyera las exportaciones de quinua de Perú tanto a Estados Unidos de América como a otros destinos.

2.3.1.2.3 Variedad genética

FAO (2011), en el libro “La Quinua: Cultivo milenario para contribuir a la seguridad alimentaria mundial” sostuvo que la quinua cuenta con más de tres mil variedades o ecotipos tanto cultivadas como silvestres, que se agrupan en cinco categorías elementales según los pisos altitudinales:



Figura 4: Ecotipos según los pisos altitudinales

Fuente: FAO (2011) La Quinua: Cultivo milenario para contribuir a la seguridad alimentaria mundial.

Vera (2015) mencionó que: “Actualmente la quinua comprende una gran variedad genética con diferentes variedades (altas y bajas, diversidad del color del grano, contenido de saponina de los granos, forma de hojas, color del tallo y tipos de inflorescencia)”, es así que las múltiples variedades de quinua permitió su adaptabilidad a distintos climas y suelos (p.13).

Respecto a las principales variedades de quinua se ha elaborado la siguiente tabla que da a conocer las características más resaltantes de cada una de ellas:

Cuadro 6

Descripción de las principales variedades de quinua

VARIEDAD	DESCRIPCIÓN
Sajama	De semilla blanca y grande de bajo contenido de saponina, variedad que madura en 154 días en el altiplano de Bolivia y Perú, resistente a heladas y granizadas. Rinde 1200 y 3000 kg/ha.
Real	Pertenece a la zona suroeste del altiplano boliviano, de semilla blanca y grande de alto contenido de saponina, resistente a heladas y sequías con rendimiento entre 700 y 2000 kg/ha.
Kanccolla	Desarrollada en Puno de grano blanco, ligeramente dulce y tamaño mediano, con rendimiento entre 1500 y 1700 kg/ha.
Cheweca	Selección obtenida en Puno, capaz de madurar en 170-180 días, grano pequeño, blanco, dulce por tener poca saponina, rinde 1000 y 1500 kg/ha.
Blanca de Juli	Selección peruana de inmediaciones del Lago Titicaca, variedad tardía (179 días) de grano blanco y mediano con poca saponina, su rendimiento oscila entre 800 y 1500 kg/ha.
Amarilla de Maranganí	Originario de Sicuani – Cusco, variedad tardía de 200-210 días, de grano amarillo, mediano y con bastante saponina, de rendimiento alto de 3500 kg/ha en zonas menores a los 3500 msnm.
Blanca de Junín	Se cultiva en el centro del Perú, variedad tardía 180-200 días, de semilla blanca, mediana y con poca saponina, el rendimiento variable de máximo 2500 kg/ha según los niveles de fertilización.
Nariño	Variedad del Cusco, son semillas blancas con poca saponina, crece en valles interandinos con rendimiento de hasta 2500 kg/ha.

Fuente: Datos según material seleccionado por Carrasco (1988).

En el “Catálogo de variedades comerciales de quinua en el Perú” se detallaron 21 variedades que en la actualidad son las más populares y mercantiles, las mismas que presentamos en el cuadro adjunto (Apaza, Cáceres, Estrada y Pinedo, 2013, p.79).

Cuadro 7

Variedades comerciales de quinua

N°	VARIEDAD	SAPONINA	COLOR PERICARPIO / EPISPERMO	TAMAÑO DE GRANO	ZONA DE PRODUCCION
1	INIA 433 Santa Ana/AIQ/FAO	Nada	Crema/blanco	Grande	Valles interandinos
2	INIA 431 Altiplano	Nada	Crema/blanco	Grande	Altiplano y costa
3	INIA 427 Amarilla Sacaca	Abundante	Amarillo/blanco	Grande	Valles interandinos
4	INIA 420 Negro Collana	Nada	Gris/negro	Pequeño	Altiplano, Valles interandinos y costa
5	INIA 415 Pasankalla	Nada	Gris/rojo	Mediano	Altiplano, Valles interandinos y costa
6	Illipa INIA	Nada	Crema/blanco	Grande	Altiplano
7	Salcedo INIA	Nada	Crema/blanco	Grande	Altiplano, Valles interandinos y costa
8	Quillahuaman INIA	Regular	Crema/blanco	Mediano	Valles interandinos
9	Ayacuchana INIA	Regular	Crema/blanco	Pequeño	Valles interandinos
10	Amarillo Marangani	Abundante	Anaranjado/blanco	Grande	Valles interandinos
11	Blanca de Juli	Poca	Crema/blanco	Pequeño	Altiplano
12	Blanca de Junin	Regular	Crema/blanco	Mediano	Valles interandinos y Costa
13	Cheweca	Poca	Crema/blanco	Mediano	Altiplano
14	Huacariz	Poca	Crema/blanco	Mediano	Valles interandinos
15	Hualhuas	Nada	Crema/blanco	Mediano	Valles interandinos y Costa
16	Huancayo	Regular	Crema/blanco	Mediano	Valles interandinos
17	Kankolla	Poca	Crema/blanco	Mediano	Altiplano
18	Mantaro	Nada	Crema/blanco	Mediano	Valles interandinos
19	Rosada de Junin	Regular	Crema/blanco	Pequeño	Valles interandinos
20	Rosada de Taraco	Abundante	Crema/blanco	Grande	Altiplano
21	Rosada de Yanamango	Poca	Crema/blanco	Mediano	Valles interandinos

Fuente: Registro de variedades comerciales de quinua en el Perú, 2013.

En una entrevista a la revista Agronoticias, el Ministerio de Agricultura - MINAGRI afirmó que las variedades más recomendables para la exportación son: Salcedo - INIA, Kcoyto Negra, Pasankalla, Chullpi, Amarilla Maranganí y Cuchi Wila. Siendo necesaria la obtención de nuevas variedades que cuenten con características agronómicas superiores como: mayor diámetro de granos, escasa o inexistente saponina, colores llamativos, mayor precocidad y adecuación a las tecnologías modernas de cultivo para una mayor productividad.

A esta situación se suman, que alrededor de 19 países del mundo (América del Norte, Europa, Asia, Oceanía y África) fuera de los países andinos (que disponen de la mayor parte del material genético) ya disponen de sus propias colecciones de variedades genéticas, para lo cual han desarrollado nuevas variedades, las que cuentan con Certificados de Obtención Vegetal (COV-UPOV). Como la mayoría la constituyeron previo a la firma del Convenio sobre la Diversidad Biológica de Rio de Janeiro –CDB (1992), con este tratado ahora son estados soberanos sobre estos recursos genéticos y pueden desarrollar nuevas variedades a partir de estos germoplasmas sin tener en consideración al país de origen de las muestras de semillas (países andinos). (Ministerio de Agricultura y Riego, 2015, p.48)

En el texto “El mercado y la producción de quinua en el Perú” se ha realizado el análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) de la cadena productiva de la quinua, considerando como primera fortaleza la variedad genética de la quinua además de la existencia de suelos y climas aptos para el cultivo, las variedades de quinua que tienen alto rendimiento en las zonas alto andinas, su producción agroecológica y orgánica, además es un producto nutracéutico, no perecible, versátil para la gastronomía, entre otros. (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura - IICA, 2015)

2.3.1.3 Comercio Justo

La Organización Mundial del Comercio Justo o World Fair Trade Organization (WFTO), ha catalogado al Comercio Justo como un movimiento social global, solidario y alternativo que impulsa el comercio en base al diálogo, transparencia, respeto y equidad. Las organizaciones de Comercio Justo están comprometidas en apoyar a los productores, sensibilizar y desarrollar campañas para conseguir

cambios en las reglas y prácticas del comercio internacional convencional, demostrando que es posible una mayor justicia en el comercio mundial.

Además, mencionó que existen más de 3000 organizaciones de productores en más de 50 países del Sur, que exponen sus productos para la venta en miles de tiendas especializadas y otros establecimientos convencionales.

Es decir, el Comercio Justo está definido como el programa orientado a los pequeños productores y personas dedicadas a las plantaciones agrícolas con el objetivo de acceder a los mercados y mejorar las condiciones tanto laborales de los trabajadores como comerciales al evaluar un precio mínimo garantizado por el producto que se exporta. Adicionalmente otorgan un premio en dinero que las organizaciones de productores emplean para mejorar las condiciones de la comunidad.

La página Web Consumer (2010), señaló que la compra de artículos de Comercio Justo "supone apostar por otro modelo global que pone en el mismo nivel de importancia los criterios económicos, humanos, sociales y ecológicos". Y que el proceso de elaboración es respetuoso con el medioambiente y no rompe con el equilibrio natural de la zona.

La OIT (2015) en su publicación "Análisis de la cadena de valor en el sector de la quinua en Perú", concluyó que gracias al comercio justo y/o diferenciación; los pequeños productores pobres pueden mejorar sus ingresos económicos, lo que se traduce en el desarrollo sostenible de su localidad con mayores y mejores puestos de trabajo. Por ejemplo la quinua orgánica certificada representa una oportunidad para que los pequeños productores - con el apoyo del Gobierno y las Organizaciones no Gubernamentales (ONG's) - puedan relacionarse con las empresas de la región, obtener su certificación y generar convenios de compra venta de quinua orgánica. Mencionó que: "el comercio justo, la producción de variedades de alto valor como las variedades coloradas, y la creación de un marco colectivo que indica al

consumidor el origen de la quinua de la Sierra y sus propiedades especiales” constituyendo estrategias factibles y complementarias (p. IX).

Peña (2007) afirmó que existe una nueva generación de consumidores que asocian la producción de alimentos orgánicos al Fair Trade y al consumo de productos étnicos porque se encuentran más conscientes de los aspectos sanitarios, condiciones medioambientales, sustentabilidad entre otros.

Globally Cool - International Business Made Easy (2016) respecto a los productos Fair trade aseguró que en los EE.UU. existe una organización exclusiva para estos productos que se denomina FAIR TRADE USA, siendo en ese país el único proveedor de quinua Fair trade la empresa Andean Grain.

La FAO (2011) aseguró que el comercio justo ofrece interesantes alternativas y mejores precios al productor debido a que evalúa un precio mínimo garantizado por el producto que se exporta, entre otros aspectos beneficiosos al productor y trabajador agrícola.

En consecuencia, se ven beneficiados tanto los consumidores por obtener productos de alta calidad, biológicos y naturales así como los productores, las asociaciones de agricultores y la comunidad en general porque mejoran su calidad de vida, se adaptan al cambio climático a través de sus conocimientos para manejar los riesgos, conservan la agrobiodiversidad y aportan técnicas para atenuar los gases de efecto invernadero.

2.3.1.3.1 Certificación y condiciones comerciales

La Organización Internacional de Comercio Justo (Fair Trade Labelling Organizations Internacional – FLO) es la encargada de brindar la certificación Fair trade correspondiente; para ello solicitan a las asociaciones de productores o cooperativas de agricultores que participen democráticamente, protejan el

medioambiente, cumplan con las leyes del país, traten adecuadamente a los trabajadores, aprueben la inspección de auditoría y cuando la organización certificadora brinde la licencia ésta sea solventada no por los productores, sino por los comerciantes que utilizan la marca de certificación de Comercio Justo en sus empaques.

A su vez, el organismo público denominado Sierra y Selva Exportadora por ejemplo ha brindado capacitación y asistencia técnica a los socios liberteños del Consorcio de Productores Andinos Orgánicos de Sánchez Carrión (COPAOSAC) en cuanto a Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), cosecha y post cosecha de la quinua, en envases, embalajes, marca, código de barras y gestión empresarial, con el objetivo de que puedan obtener la certificación Fair Trade para sus cultivos de quinua.

En general, el mercado de los Estados Unidos de América fue el principal importador de quinua peruana (sub partida arancelaria N°1008.50.90), siendo el periodo 2013-2018 el más representativo en cuanto a producción y comercialización con el país destino, el mismo que es un mercado muy exigente con los productos debido a que tienen que ser selectos y de calidad comprobada.

Laguna (2003) aseguró que la quinua de Bolivia del tipo “Real”, posee un grano de calidad superior respecto a otras quinuas que no tienen las mismas peculiaridades en otros países de la región; como consecuencia fue líder de las exportaciones por varios años.

En Ecuador, el Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (INIAP), mencionó que las empresas dedicadas a los productos orgánicos utilizan certificaciones que acreditan que se vienen cumpliendo con las normas

internacionales para productos orgánicos como: NOP (National Organic Product), emitidos por USDA (United States Department of Agriculture), el mismo que constituye un requisito indispensable para las empresas que venden productos orgánicos en el mercado estadounidense. Respecto al control de calidad en ese país, el Instituto Ecuatoriano de Normalización publicó en el año 1988 las normas de calidad para la producción de quinua y de la misma manera en el año 1997 se estableció la producción de quinua orgánica.

En tanto, el Perú cuenta con entidades responsables de velar por la calidad de los productos emitiendo certificaciones y brindando asistencia técnica para la mejora continua que para el caso de la quinua se describen los siguientes:

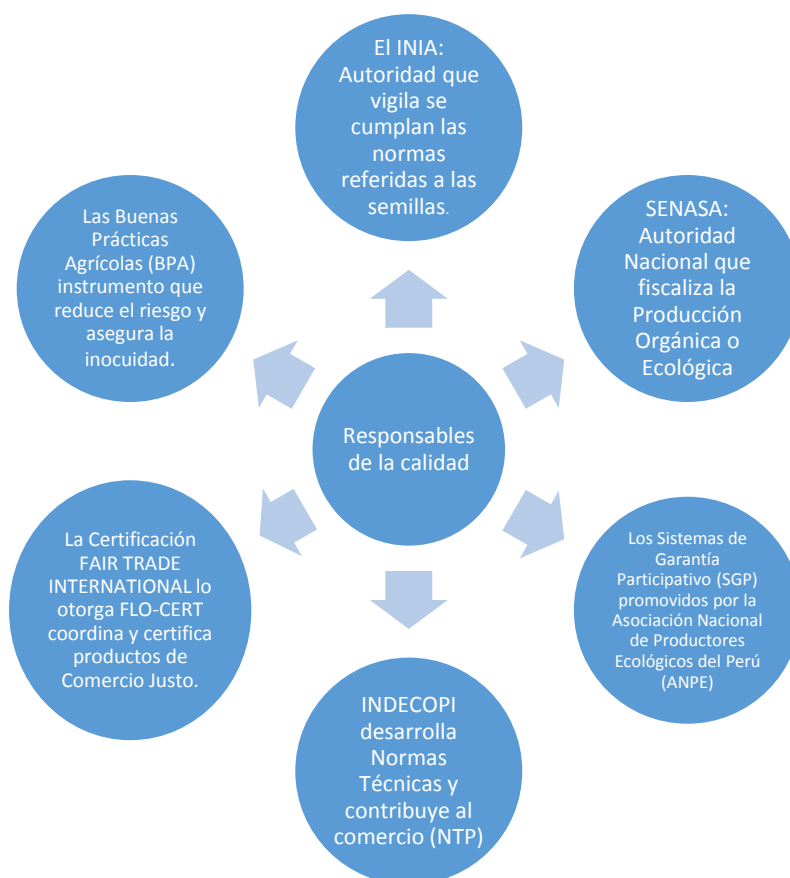


Figura 5: Entidades supervisoras de la calidad de los productos y certificaciones. Fuente: Portal web de cada entidad.

Como se describió en líneas anteriores, en el Perú las autoridades sanitarias regulan temas vinculados a inocuidad de alimentos y productos agrícolas frescos, entre ellas tenemos a: DIGESA (Ministerio de salud) que otorga certificado sanitario para exportación de quinua, acreditando al establecimiento que procesa respecto a inocuidad del alimento, alertas sanitarias, marca país, trazabilidad y rastreabilidad; INDECOPI que acredita a laboratorios y organismos de inspección para que realicen análisis, inspecciones higiénico – sanitarias, revise el envase, embalaje, etc. de las muestras de los lotes de embarque; SENASA (Ministerio de agricultura); Instituto Tecnológico de la Producción (Ministerio de la producción); Sierra exportadora, entre otras.

F. Suca y C. Suca (2008), advirtieron que en el año de su investigación se dejó de exportar harina de quinua por causas de malos antecedentes como la adulteración detectada en el producto exportado, trayendo como consecuencia que los mercados internacionales desconfiaran de la calidad de la harina de quinua procesada en el Perú. Esto explica en cierta medida porque dichos mercados nos compren altos volúmenes de quinua en grano con la certificación correspondiente para que ellos mismos lo industrialicen bajo normas estrictas de control de calidad.

2.3.1.3.2 Valores sociales

La Organización Mundial del Comercio Justo, en el marco de la relación comercial voluntaria y equitativa entre productores y consumidores que propone el comercio justo, ha señalado algunos principios o valores sociales como:

- No al trabajo infantil ni forzoso en la producción, el productor debe cumplir con respetar los derechos del niño; si el niño participara de alguna manera de algunas actividades debe ser público y monitoreado, sin afectar negativamente su bienestar, seguridad, educación, salud, etc.

- No a la discriminación, se debe promover la igualdad de género, empoderamiento de la mujer y libre asociación; debido a que varones y mujeres adquieren un rol importante sin discriminar por raza, clase social, religión, discapacidad, nacionalidad, género, orientación sexual, política, edad y otros al momento de emplear, compensar, entrenar, promover o despedir.
- Garantizar buenas condiciones de trabajo, se refiere al cumplimiento de normas de la OIT y normas nacionales para el logro de un ambiente de trabajo seguro y sano.
- Desarrollo de capacidades de gestión, producción, acceso a mercados que contribuyan al desarrollo de los pequeños productores rurales, a través del Comercio Justo.
- Impulso del comercio justo dando a conocer sus principios, objetivos y actividades para una mayor justicia en el comercio global.
- Respeto por el medioambiente aprovechando materias primas de su región, comprando de productores locales, empleando tecnología que busque reducir el consumo de energía, emisión de gas de efecto invernadero, adecuado manejo de residuos, minimice el empleo de uso de pesticidas (orgánicos de preferencia), uso de materiales reciclables y otros.

Adicionalmente, se pueden considerar los siguientes valores:

- Democracia, practicada por los productores que conforman asociaciones, cooperativas u otras organizaciones.
- Trabajo, se promueve el trabajo de los productores tratando de evitar intermediarios entre ellos y los consumidores para que puedan obtener un mayor beneficio y contribuyan al desarrollo de las regiones.
- Dignidad, se respeta los derechos humanos.
- Se genera conciencia, entre productores, distribuidores, empresarios y consumidores al pagar un precio que permita mejorar su calidad de vida.

- Se genera identidad, al reconocer y revalorar los productos originarios.

2.3.1.3.3 Valores económicos

Según la Organización Mundial del Comercio Justo, este sistema comercial solidario y alternativo incluye principios o valores económicos como:

- Creación de oportunidades para pequeños productores marginalizados, sean negocios familiares, independientes o agrupados en asociaciones o cooperativas que se encuentren en desventaja económica, contribuyendo a la reducción de la pobreza a través del comercio.
- Transparencia y responsabilidad en la gestión a través de rendición de cuentas; genera vínculos comerciales y canales adecuados de comunicación entre empleados, miembros de las empresas, productores y socios comerciales.
- Prácticas comerciales justas, que sirven para generar bienestar económico, social y ambiental de los productores más pequeños. Para productos alimenticios de Comercio Justo, si se requiere, realizan un pago adelantado de 50% con un interés razonables no obligatorio. Por ejemplo los compradores bajo el concepto de Comercio Justo pueden realizar un pre-pago a los proveedores, asegurando que este pago lo reciban los productores o agricultores que producen o cosechan los productos bajo este sistema comercial.
- Pago de un precio justo, es decir un precio acordado por todos los involucrados que se logra a través del diálogo y la participación, otorga una recompensa aceptable por los productores que puede ser sostenido en el mercado.

Por tanto, una asociación de productores al obtener la certificación de Comercio Justo puede recibir un precio de venta mayor y más estable para sus productos, basado en los costos de

producción, pago de salarios adecuados a los trabajadores entre otros con el ánimo de mejorar la calidad de vida de los pobladores.

Cabe mencionar que en el mercado nacional e internacional, el precio de la quinua en grano ha mostrado altibajos en los últimos años, los valores más altos se presentaron en el año 2013 por la gran demanda mundial que incluso casi provocó un desabastecimiento interno del producto, llegando a incrementarse el precio para el consumidor final en el Perú en el año 2013 hasta por encima de S/ 20.00 soles, el mismo que se redujo gradualmente presentando en el año 2014 un precio en chacra de S/11.00 soles por kilo en promedio.

El Ministerio de Agricultura informó que en el año 2014 los agroexportadores vendían el kilo a US\$5,5 hasta US\$7 dólares americanos; para el año 2015 bajó a US\$4,6 por kilo aproximadamente; que según especialistas como Marco Vinelli (funcionario del programa Agro Rural de ese entonces), esta disminución de precios es el resultado de que la oferta es mayor a la demanda; así también indicó que debido a que el mercado está entrando a una etapa de maduración los precios no subirían aceleradamente como en los años 2013- 2014.

En el Perú, en el año 2016 el precio FOB del kg de quinua según los diarios Gestión y La Razón fue de \$5.56 dólares americanos en promedio; sin embargo fuentes como Trade Map señalan que el valor unitario más alto de envíos de quinua de Perú específicamente a EE.UU. fueron los de los años 2013 y 2014 con 4.37 y 5.46 dólar/kg respectivamente y que del año 2015 al 2018 se ha venido reduciendo el precio con excepción del último año que presentó una ligera alza (3.66 , 2.53, 2.41 y 2.55 dólar/kg).

Chacchi (2009) consideró que el precio de la quinua desde el año 1995 al 2007 se ha incrementado ligeramente de S/ 3.27 a S/ 4.08 soles y que para el año 2008 en la ciudad capital de Lima se

vendía a S/ 6.50 soles la quinua Real, S/ 5.20 y S/ 4.50 soles la segunda y tercera o quinua nacional respectivamente.

FAO (2011) aseguró que en el mercado internacional, el precio asignado a la quinua orgánica fue de US\$ 3,1 dólares/kg en el año 2010.

Muñoz (2014) en base a los resultados publicados por América Economía, refirió que la ONU coronó a la quinua como un superalimento y fueron los supermercados de nombre Costco, Trader Joe's y Whole Foods los que promovieron la quinua en la alimentación de la población que radican en EE.UU.; esta gran demanda provocó el alza de precios desde \$4.5 dólares en el año 2006, hasta \$8 dólares en el año 2011 por cada kilogramo.

El consumo de la quinua se ha concentrado en grandes centros urbanos y en la población con mayores ingresos y acceso a la información, mientras que los consumidores de menores ingresos reducen su demanda debido al mayor precio del grano y a la restricción presupuestaria que enfrentan; en la población más pobre, el consumo de quinua compite con otros cereales de mayor demanda debido al hábito de consumo y su menor precio. Asimismo este grupo poblacional se vio afectado debido a que los programas sociales decidieron abandonar las compras de quinua, lo cual no permitió cumplir con los objetivos de seguridad alimentaria. Por otro lado, tanto los productores que producen y aquellos que no producen quinua fueron afectados al disminuir su consumo del grano, los primeros por la oportunidad de vender a mayor precio, y los segundos, por el costo que significa adquirir un producto que no producen. (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura – IICA, 2015, p.153)

Peña (2007) indicó que en la agricultura de productos orgánicos se realizan fuertes inversiones para investigar variedades que sean resistentes a plagas y enfermedades, desarrollar nuevas tecnologías y que permitan reducir sustancialmente los costos de producción.

Vera (2015) mencionó que el valor unitario de exportación de quinua resulta dividiendo el valor FOB de las exportaciones entre la cantidad de kilogramos brutos que se han comercializado en el exterior. Consideró niveles en base a un promedio de precios de diferentes países que exportan quinua de la siguiente manera:

- Del año 1992 al 2007, el precio aproximado fue de \$ 1,10 a 1,30 U.S dólar/kg.
- Del año 2008 al 2009 ascendió a \$ 2,90 U.S dólar/kg.
- Del año 2010 al 2012 el precio se situó en \$ 3 U.S dólar/kg.
- En el año 2013 el precio subió a \$ 4,26 U.S dólar/kg.
- En el año 2014 el precio fue de \$ 5,61 U.S dólar/kg.

También aclaró que: “Para Ecuador el precio varía según el destino de Exportación”, es decir las exportaciones de Ecuador a Estados Unidos de América tuvieron un precio promedio de \$ 1,70 a \$ 1,90 dólares por kilogramo, para España se registró un precio de \$ 7 a \$ 10 dólares por kilogramo y para el Reino Unido el precio promedio fue de \$ 4,80 dólares por kilogramo (p.28).

Finalmente, los ingresos económicos de la población estadounidense y los precios competitivos en el contexto del Comercio Justo en base a los valores sociales y económicos, permitieron la demanda creciente de la quinua por parte del mencionado país, siendo el Estado de California (que alberga al mayor número de latinos con más de 14,4 millones de personas) y que al ser un producto altamente nutritivo, libre de gluten, apropiado para los celíacos, obesos y personas que buscan de una alimentación sana y balanceada, se alinea a patrones de consumo de la población.

2.3.2. Exportación

La palabra exportación tiene su origen en el vocablo latino exportatio y menciona a la acción y efecto de exportar, es decir, cuando un país envía o vende un producto o servicio a otro.

Según la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria – SUNAT (entidad que tiene atribuciones, funciones y facultades frente a temas aduaneros en el Perú), la exportación definitiva no está gravada con ningún tributo, siendo conceptualizada como aquel régimen que permite la salida del área aduanera de los productos ya sean nacionales o nacionalizadas para ser usadas o consumidas definitivamente en el exterior; dichos bienes son transferidos a un cliente residente en el extranjero.

Muñoz (2014) dijo que: “El proceso de exportación inicia una vez que la negociación entre el ofertante y demandante han llegado a un acuerdo en cuanto a volumen, términos de la exportación, precio, características, entre otras”, la mencionada negociación constituye el tratado entre el comprador y vendedor que involucra aspectos importantes a coordinar como el INCOTERM a utilizar, la unidad de medida, el empaque y embalaje, las condiciones de pago y demás aspectos (p.61).

Krugman, Obstfeld y Melitz (2012) afirmaron que el comercio mundial ofrece construir relaciones de intercambio ya sea de bienes y/o servicios entre los diversos países con el objetivo de satisfacer sus necesidades y que además los países en desarrollo se han inclinado por una política comercial representada por un comercio más libre, donde por ejemplo no se pagan cuotas a la importación, con rebaja de aranceles, etc. Para el presente trabajo de investigación se ha adoptado las ideas de los mencionados autores en virtud a que consideran al comercio mundial como la compraventa de bienes y servicios entre economías externas para satisfacer sus necesidades;

haciendo uso de políticas comerciales de apertura que han adoptado principalmente los países en vías de desarrollo.

La OIT (2015) indicó que hubo un incremento exponencial en las exportaciones del Perú desde el año 2007 al 2012; a pesar de ello, el éxito en las exportaciones mejoró significativamente a partir del año 2013 debido en gran parte a que fue declarado como el “Año Internacional de la Quinua” por la Asamblea General de las Naciones Unidas en base a la iniciativa del Gobierno boliviano y apoyo del Gobierno peruano en otorgar reconocimiento a los conocimientos ancestrales de vivir en armonía con la naturaleza y salvaguardar a la quinua en su estado natural como alimento para la población actual y las generaciones futuras.

Las exportaciones peruanas de quinua presentan un crecimiento espectacular en los últimos años, impulsado por el fuerte crecimiento de la demanda internacional, que valora las importantes propiedades nutricionales del grano, pasando de 2.03 Millones de USD en 2007 a 30.32 Millones en 2012, lo cual representa un crecimiento acumulado de 1390%. (p.10)

Zevallos (2018) precisó que: “Las exportaciones de quinua se han incrementado en los últimos años de manera consecutiva,... el mercado se ha visto beneficiado con el precio por lo que iba incrementando luego de que se conociera al grano como un alimento completo” consideró que las exportaciones constituyen un indicador de ingresos relevante que se evidencia en la balanza comercial y más aún el auge de las exportaciones se dio tras difundirse las propiedades beneficiosas para la salud de este grano andino; precisó que si el precio sube las exportaciones también se elevan, donde la cantidad ofertada es afectada por la variación del precio durante periodos definidos y el conocimiento del comprador sobre el producto. Asimismo recomendó se siga difundiendo las ventajas de la quinua con programas de promoción y consumo “...primero en nuevos mercados del exterior, y

segundo en el mercado interno, a fin de mantener un producto de calidad y la imagen que se tiene internacionalmente de la quinua peruana” (pp. 32-33).

En el Perú, de acuerdo al valor FOB del producto a exportar se determina el procedimiento a seguir, en caso sea menor a cinco mil dólares americanos (US\$ 5000.00), se puede hacer el despacho a través de una declaración simplificada de exportación (DSE), de lo contrario intervendrá una agencia de aduanas que realice el trámite, la declaración de exportación se sustenta en los siguientes documentos exigibles:

- Copia del documento de transporte.
- Copia SUNAT de la factura o impresión de la factura electrónica, documento del operador o partícipe, boleta de venta u otro comprobante que implique entrega de mercancías a un cliente domiciliado en el extranjero.
- Documento que acredite el mandato a favor del agente de aduana.
- Otros que se requiera para su exportación según la mercadería.

2.3.2.1 Política comercial de apertura

La apertura comercial se refiere a la capacidad que tiene un país de negociar bienes y servicios con otros países, involucrando aspectos como los aranceles entre otros. Al respecto, el Perú optó por la política comercial de apertura para ingresar a nuevos mercados internacionales y/o fortalecer los mercados con los que tenía vínculos comerciales, actualmente cuenta con acuerdos comerciales con Estados Unidos de América que facilitan la exportación, por ejemplo el Tratado de Libre Comercio - TLC que libera los aranceles.

El ex Ministro de Economía y Finanzas, Alonso Segura Vasi, mencionó que el Perú a inicios de los años noventa realizó reformas económicas que incluyeron la apertura comercial y la promoción de la competitividad del sector exportador. Las consecuencias de la apertura comercial y financiera de las exportaciones fueron la recuperación de la economía y el financiamiento de la balanza de pagos en un entorno macroeconómico estable, promoviendo la inversión privada, implementando los servicios de infraestructura básica, con el objetivo de dar paso al crecimiento de los sectores exportadores, mejorando los ingresos y crecimiento del empleo, sin embargo los especialistas afirmaron que se generó mayor dispersión y desigualdad en la distribución de la riqueza.

La mayor apertura del mercado estadounidense gracias a este tratado ha significado también el aumento y evolución de la exportación, impulsando la generación de más puestos de trabajo y posicionamiento de un producto peruano que a la par es altamente nutritivo. En consecuencia las políticas de apertura comercial, han sido un activador importante para el desarrollo y sostenimiento de los involucrados, permite la mejora en el precio al productor, las posibilidades de mejoras en infraestructura vial y el apoyo por parte del Gobierno en cuanto a la promoción de la quinua.

2.3.2.1.1 Acuerdos comerciales

El Perú ha firmado importantes Tratados de Libre Comercio (TLC) con los principales mercados de destino de la quinua como son: Estados Unidos de América, Unión Europea, China, Corea del Sur, Japón, entre otros, teniendo como ventaja menores costos logísticos para convenir a las rutas del comercio internacional.

En la presente investigación se ha elegido al país de Estados Unidos de América por haber sido varios años consecutivos nuestro principal comprador de quinua; también por ser uno de los países más grandes del mundo después de Rusia,

Canadá y China, compuesto por cincuenta Estados y un Distrito Federal. Se caracteriza por tener altos índices de migración, por lo que es considerado el país con mayor diversidad cultural y étnica del mundo, la primera economía y una de las más poderosas tecnológicamente. Además, es el tercer país en número de habitantes con una población de 327 352 000 habitantes al año 2018 y una esperanza de vida de 79 años.

Según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, el acuerdo comercial más trascendental es el TLC Perú – EE.UU. el mismo que fue suscrito el 12 de abril de 2006, aprobado por el Congreso mediante Resolución Legislativa N° 28766, publicada en el diario oficial El Peruano el 29 de junio de 2006 y ratificada mediante Decreto Supremo N° 030-2006-RE, puesto en ejecución mediante Decreto Supremo N° 009-2009-MINCETUR, publicado en el diario oficial El Peruano el 17 de enero de 2009, entrando en vigencia el 1 de febrero de 2009; el mismo que afianza el acceso preferencial de las exportaciones peruanas al mercado norteamericano que es considerada la economía más grande del mundo, generando ventajas frente a otros países que no cuentan con preferencias similares; en consecuencia este Tratado de Libre Comercio resulta beneficioso para los consumidores, productores y las empresas exportadoras debido a que el envío de quinua tiene un arancel de 0%.

Ferradas y Flores (2015) mencionaron que el TLC con Estados Unidos de América permitió la factibilidad de exportación de quinua orgánica en los últimos cuatro años, incrementándose la demanda del mencionado país receptor, destinando el 50% de la producción de nuestro país, haciendo que más empresas vean por conveniente exportar su producto por la liberación del arancel a 0% que permite ofrecer mejores precios que los demás países. Añadió que

para la exportación de productos orgánicos al mercado norteamericano se debe cumplir estrictamente las normas, siendo las más limitantes las normas de carácter sanitario, pese a ello ha continuado el crecimiento de las exportaciones de quinua orgánica de Perú a Estados Unidos de América donde el TLC representó un activador importante para el desarrollo y sostenimiento de dicha actividad.

2.3.2.1.2 Políticas Públicas en el Perú

Dye (2008) en su libro “Entendiendo las políticas públicas”, manifestó al respecto que política pública “es todo lo que los gobiernos deciden hacer o no hacer”, lo que significa que las políticas públicas son aquellas acciones o no de los Gobiernos orientadas a resolver las necesidades y/o problemas de la comunidad.

Tamayo (1997) consideró que “Las políticas públicas son el conjunto de objetivos, decisiones y acciones que lleva a cabo un gobierno para solucionar los problemas que en un momento determinado los ciudadanos y el propio gobierno consideran prioritarios” (p. 281).

Según el autor, el proceso de las políticas públicas se inicia con la identificación de un problema seguido de la formulación de alternativas de solución; por ejemplo ante la desnutrición crónica infantil, el Perú estableció políticas de consumo de quinua en los colegios a menores de tres años con “Qali Warma” y quioscos saludables para erradicar o disminuir el problema de la desnutrición y la anemia.

El Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura- IICA, (2015) detalla las Políticas, estrategias, programas, proyectos y servicios institucionales:

- a. El Instituto Nacional de Innovación Agraria (INIA) se encarga de realizar trabajos de investigación sobre la

quinua en las líneas de mejoramiento genético, manejo agronómico, obtención de semilla de alta calidad genética, poscosecha y otros con el objetivo de producir tecnologías acordes a las condiciones agroecológicas.

Asimismo, el Programa Nacional de Innovación Agraria en Cultivos Andinos cuenta con el proyecto “Desarrollo tecnológico productivo para potenciar la producción sostenida de quinua en el país” para investigaciones referidas a la generación de variedades, manejo del cultivo, aumento de semillas, capacitación y transferencia de tecnología para pequeños y medianos productores.

- b. Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología e Innovación Tecnológica - CONCYTEC 24 “Del Perú para el Mundo: Quinua, alimento del futuro” en el marco del Año Internacional de la Quinua solventó proyectos de investigación científica tecnológica, para incentivar la creación de nuevos productos a partir de quinua destinados a múltiples usos como: alimentarios, funcionales, farmacéuticos o industriales.
- c. Plan de Promoción y Desarrollo de la Quinua en el Perú- PROQUINUA. Fue una iniciativa del MINAGRI en el año 2014 a fin de promocionar el cultivo de quinua en la zona costera de nuestro país como estrategia para mejorar el uso del agua y el suelo, incrementando las ganancias de los pequeños y medianos productores como alternativa en reemplazo de la producción de arroz que emplea mucha agua y saliniza la tierra.
- d. Propuesta de creación del Parque Tecnológico Rural de la quinua como centro demostrativo y productivo de los granos andinos en el Centro Poblado de Camacani ubicado en el departamento de Puno, cerca de comunidades campesinas que conservan las antiguas prácticas y la diversidad genética de la quinua.

El Gobierno del Perú, a través del organismo público denominado Sierra Exportadora, promueve el comercio y consumo de quinua en medios televisivos, electrónicos y gráficos; por ejemplo agrupó a los más connotados cocineros del país a fin de elaborar “El Recetario Gourmet Quinua” que incluye veintitrés recetas a base de quinua en sus diferentes presentaciones; definiéndolo como aquel grano de Oro que fue un alimento sagrado en la época incaica que se ofrecía al dios Sol en fuentes de oro siendo el mismo Inca quien iniciaba la siembra cada año en una ceremonia especial.

También el Ministerio de Agricultura y Riego – MINAGRI a través de la Dirección General de Negocios Agrarios DIGNA promueve el desarrollo integral de negocios agrarios con valor agregado, competitivos y sostenibles que tiene como objetivo articular la oferta en función de la demanda de los mercados nacionales e internacionales, para ello facilita los servicios para articular los productos agrícolas a los mercados internos y externos identificando la demanda y oferta actual y potencial.

Falcón y Riveros (2011) opinaron que la promoción de las exportaciones en Perú están a cargo principalmente de dos entidades: PROMPERU que ofrece capacitaciones a los exportadores, brinda oportunidades de negocio a través de ferias y exposiciones, asesora en materia de inteligencia comercial, antenas comerciales y proporciona una plataforma logística para la promoción, ventas y captación de información. Y la Mesa de Trabajo de la Quinua que promueve actividades de comercio de quinua a través de ferias donde dan a conocer el producto suscitando el desarrollo en la región (p. 91).

Se debe tener en cuenta que en el año 2015 el 70% de la producción de quinua en el Perú correspondió a las regiones de Puno, Arequipa y Ayacucho en la sierra y en la costa se cultivó en La Libertad, Lambayeque, Áncash, Lima, Ica; sin embargo la producción total de quinua resultó escasa para satisfacer la

demanda del mercado externo debido a que prefieren adquirir quinua orgánica por ser de alta calidad o quinua convencional que cuenten con las certificaciones y exigencias correspondientes a precios sensatos. En el año 2017 nuevamente el departamento de Puno específicamente las provincias de Azángaro, Collao y San Román fueron las zonas productoras más importantes con 39 610 toneladas que constituye el 50.4% de la producción nacional, seguidas de Ayacucho 19.9%, Apurímac 9.3%, Cusco 4.7%, Arequipa 3.9% y Junín 3.5%. Perú en el año 2018 fue por quinto año consecutivo el líder de la producción y exportación de quinua a nivel mundial. En consecuencia para ser competitivos es importante que se brinde asistencia técnica a los agricultores y se gestione la apertura de mercados al exterior progresivamente en un trabajo en conjunto entre la empresa privada y el sector público.

2.3.2.2 Política arancelaria

La política arancelaria es el instrumento de política económica mediante el cual un Estado define la estructura arancelaria que regirá el comercio exterior de mercancías. El sector exportador ha respondido positivamente a nuevas condiciones de competitividad y a la reducción de las barreras de entrada a otros mercados, mostrando un crecimiento significativo desde el año 2006 y que repercutió en la economía, ecología y salud pública en los años 2013 y 2014; por ello la Organización Mundial de Aduanas ha introducido en la Enmienda 2012 del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías una apertura especial para la quinua.

Los Regímenes Definitivos de Exportación de la SUNAT muestran a la quinua en el puesto N°50 en el año 2013 con la partida arancelaria 1008509000 denominada “Los demás tipos de quinua, excepto para siembra” siendo su valor FOB de más de US\$ 78 millones de dólares americanos; en comparación con el año 2012 que ocupó el puesto N°103 con US\$ 31 millones de dólares americanos de valor FOB. Lo que indica que las exportaciones de quinua peruana a diversas partes del mundo fueron más que duplicadas de un año a otro (INEI, 2014).

Respecto a los envíos de quinua de Perú hacia los Estados Unidos de América, estos han ido en aumento progresivamente por ejemplo en el año 2009 se exportó solo US\$ 3 millones de dólares americanos, en el año 2012 US\$ 19 millones, pero sus registros más altos corresponden a los años 2013 con US\$ 43 millones, en el año 2014 registró su máximo nivel con más de US\$ 100 millones, en el año 2015 se exportó US\$ 66 millones y de ahí en adelante comenzó a descender las exportaciones de quinua tanto en volumen como en valor FOB, puesto que en el año 2016 mostró una caída con US\$ 35 millones recuperándose ligeramente en el año 2017 con US\$ 45 millones de dólares americanos (DGPA, 2017).

En síntesis, los años 2013-2014 fueron de mayor auge de las exportaciones de Perú a EE.UU., presentando altibajos hasta el año 2018 que se exportó US\$ 43 millones de dólares americanos de valor FOB el cual representa un 35.7% de participación en las exportaciones del país que reporta (Trade Map, 2019).

Se ha destacado la exportación de quinua convencional en grano y orgánica que han tenido una evolución creciente en los últimos años, destinado a un mercado exigente que posee leyes, regulaciones o políticas conocidas como barreras para-arancelarias que en algunos casos restringen el acceso de productos importados en su mercado, entre las barreras que destacan son de tipo técnicas, medio ambientales y de calidad.

En consecuencia, las políticas arancelarias y públicas influyeron para que la oferta de quinua de nuestro país crezca; según Marco Vinelli, ex Director Ejecutivo del Programa Agro Rural, la producción del año 2007 fue de 30 000 toneladas y el año 2014 llegaron a producir 114 000 toneladas de quinua que se exportó al mundo 36 661 toneladas de los cuales a EE.UU se destinaron 18 288 toneladas, finalmente en el año 2018 se exportó 50 069 toneladas al mundo de los cuales se envió 17 012 toneladas a EE.UU.

2.3.2.2.1 Reducción de aranceles

El Instituto Peruano de Economía expresó que en el año 2016 el Perú contó con alrededor de veinte acuerdos comerciales vigentes y muchos de ellos permitieron el ingreso arancelario preferente de los principales productos agropecuarios de exportación, permitiendo a los exportadores peruanos aprovechar los beneficios arancelarios al ahorrar hasta 15% en el monto final de sus ventas, siendo una ventaja competitiva de estas empresas frente a sus competidores internacionales. Finalmente afirmó que la única manera de sacar provecho a los acuerdos comerciales suscritos es haciendo un esfuerzo político y técnico desde las instituciones del Gobierno como SENASA, MINCETUR Y PROMPERU para levantar todas las barreras – arancelarias o no– que impiden la exportación de nuestros productos.

Perú ha firmado Tratados de Libre Comercio (TLC) con varios países que han eliminado la mayor parte de aranceles con los socios comerciales más importantes, pero se han establecido barreras paraarancelarias o no arancelarias, las que constituyen normas que dificultan el ingreso de un producto a determinado mercado siendo por ejemplo: los requerimientos de control de calidad como medidas sanitarias y fitosanitarias, imposición de cuotas de importación, reglas de competencia y subsidios, entre otras; dichas barreras paraarancelarias algunas veces representan medidas altamente restrictivas a pesar que el producto está gravado con arancel cero.

Según Alonso Segura y Jorge García en la publicación Perú: Análisis del Impacto de la Apertura Comercial sobre la Pobreza y la Desigualdad, este panorama fue diferente años pasados:

En cuanto al sector externo peruano desde la década del sesenta, han predominado los períodos caracterizados por

políticas proteccionistas basadas en sustitución de importaciones, con elevados aranceles, gran dispersión arancelaria, cuotas de importación y prohibición de importaciones, tipos de cambios múltiples, y diversos sesgos anti-exportadores. Estos periodos fueron matizados con breves periodos de intentos frustrados de mayor apertura.

De este modo, en julio de 1990 existía un alto nivel y una gran dispersión arancelaria, que favorecía los insumos y bienes de capital, mientras un porcentaje significativo de la producción industrial se beneficiaba de prohibiciones y restricciones arancelarias y pararancelarias. Este sistema generaba distorsiones que se traducían en sectores exportadores con protección efectiva fuertemente negativa, frente a otros que gozaban de niveles altos. (Segura y García, 2004, p.3)

Vera (2015) dentro de las barreras no arancelarias describió que los requisitos específicos para la exportación de quinua hacia el mercado de Estados Unidos de América son:

Contar con HACCP – Hazard Analysis & Critical Points que constituyen normas respecto a la higiene e inocuidad de los alimentos.

La agencia Food and Drug Administration FDA es la responsable de la seguridad de alimentos y etiquetas de EE.UU.; donde todos los alimentos tienen obligatoriamente que llevar dos tipos de etiquetado uno general y otro nutricional los cuales tienen requerimientos específicos sobre contenido nutricional, salud, entre otros.

La Ley contra el Bioterrorismo son disposiciones obligatorias que los exportadores extranjeros que deseen comerciar con EE.UU. deben comunicar a la FDA con anticipación sobre la importación de embarques de alimentos con el objetivo de prevenir ataques bioterroristas a través de productos alimenticios.

La Ley Public Health Security and Bio-Terrorism Preparedness and Response Act de 2002 o BTA busca garantizar la seguridad de los alimentos destinados al consumo humano y animal.

La Ley Federal Food, Drug and Cosmetic Act restringe el ingreso de artículos adulterados o mal etiquetados, inseguros, sucios, etc.

La Marca de Origen es un requisito exigido por Aduanas para que los productos puedan ingresar al mercado norteamericano, el cual indica el país de manufactura, producción o cultivo.

Para el caso de los productos orgánicos, la certificación NOP-USDA regula la producción orgánica la misma que es obligatoria si se quiere vender alimentos orgánicos a EE.UU.

Falcón y Riveros (2011) para la exportación de productos se deben cumplir con los siguientes documentos: Factura comercial, Documentos de transporte, Lista de carga, Declaración del valor en aduana, Seguro de transporte y el Documento Único Administrativo (DUA); sin embargo para el envío de quinua adicionalmente a lo anterior se deben de cumplir con más requisitos como: Control sanitario de los alimentos de origen no animal, requisitos de Comercialización para semillas y materiales de propagación de suelos, Controles fitosanitarios, Etiquetado de productos alimenticios y Productos de producción ecológica (p.118).

En el último decenio la evolución de las exportaciones de quinua en el Perú con cód. N°1008.50.90.00 Los demás (quinua en

grano excepto para siembra) han registrado una tendencia creciente. Por ejemplo se ha incrementado en aproximadamente casi tres veces su valor de exportación en el año 2013 en comparación con el año 2012 siendo el año 2014 donde se exportó mayor cantidad del producto destinado a EE.UU. y al resto del mundo.

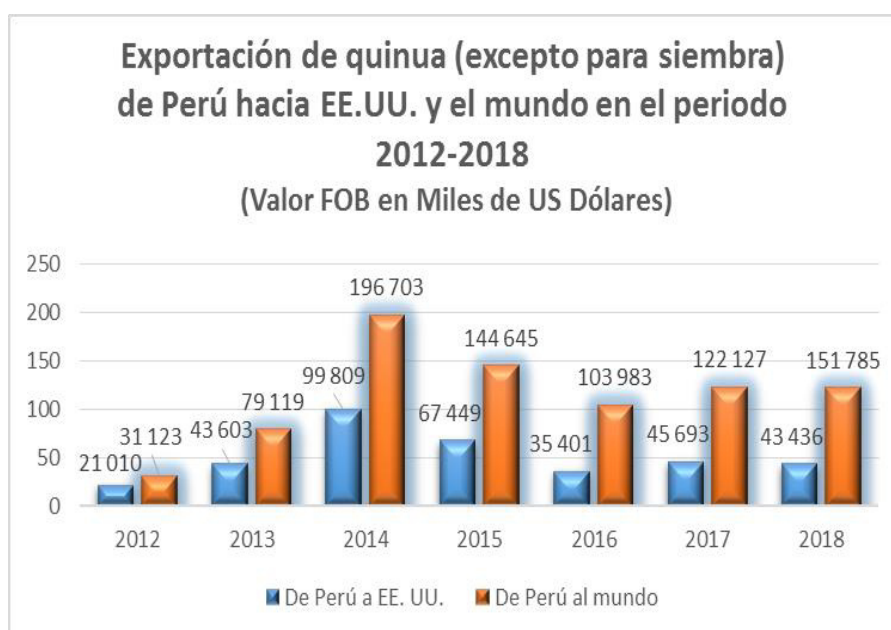


Figura 6. Evolución comparativa de la exportación de quinua de Perú a EE.UU. y el mundo, partida arancelaria (1008.50.9000 Los demás, quinua excepto para siembra) en el periodo 2012-2018. Fuente: Trade Map (2019)

2.3.2.2.2 Modificación de la estructura arancelaria

Debido a la aceptación de la Quinta Recomendación de Enmienda al Sistema Armonizado que se alinearon frente a temas actuales de preocupación universal de tipo ambiental y social; en el contexto de la seguridad alimenticia y el sistema de datos de prevención de la Organización de Alimentos y Agricultura (FAO); el Perú adoptó dichas recomendaciones y en el año 2007 renovó la nomenclatura del Arancel de Aduanas, estableciendo que las nuevas partidas arancelarias entren en vigencia a partir del 1 de enero del año 2012, tal como podemos ver comparativamente a continuación:

Cuadro 8

Partidas y sub partidas arancelarias de la quinua

PRODUCTO	SUB PARTIDA VIGENTE DESDE EL AÑO 2012	SUB PARTIDA ANTERIOR	NOMBRE Y DETALLE DE LA PARTIDA
	1008. 50	1008.90	Quinua (quinoa) (Chenopodium quinoa)
Grano de Quinua	1008.50.10.00	1008.90.11.00	Para siembra
	1008.50.90.00	1008.90.19.00	Los demás (excepto para siembra)
Harina	1102.90.90.00	1102.90.00.00	Las demás harinas de cereales
Hojuelas	1904.20.00.00	1904.20.00.00	Preparaciones alimenticias obtenidas con copos de cereales sin tostar o con mezclas
Pop o Pipocas	1904.10.00.00	1904.10.00.00	Productos a base de cereales, obtenidos por inflado o tostado
Quinua pre cocida	2106.90.99.00	2106.90.90.00	Las demás preparaciones alimenticias diversas

Fuente: Intendencia Nacional de Técnica Aduanera - SUNAT.

El Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior - SIICEX muestra en la ficha comercial de quinua que el código armonizado de dicho producto es 100850.

La Nomenclatura del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías fue fundamental para la obtención de la nomenclatura común de los países miembros de la Comunidad Andina – NANDINA, de las que se instauraron sub partidas nacionales; el objetivo de la modificación de las partidas arancelarias fue manejar un mismo lenguaje en los negocios con otros países del mundo.

2.3.2.3 Transporte Internacional

Según el Diccionario de la Lengua Española, transporte está definido como el sistema de medios para conducir personas y cosas de un lugar a otro; que puede ser a través de medios de transporte terrestre como vehículos de carga pesada, aviación de transporte es decir locomoción aérea que se destina al traslado de viajeros y mercancías y el navío de transportes como aquel navío que solo sirve para conducir mercancías, tropas, municiones o víveres en buque o barco de gran tonelaje con cubierta o cubiertas (RAE, 2018).

El transporte internacional forma parte importante de la cadena logística internacional, teniendo como elementos inherentes el tiempo y espacio debido a que la entrega de mercancía se debe realizar en un momento y lugar determinados.

Los tipos de transporte internacional pueden ser: aéreo, marítimo o fluvial, ferroviario, terrestre y multimodal; esto va a depender de factores como la fiabilidad, eficiencia, rapidez y flexibilidad. En cualquiera de los casos se realiza en un contenedor que es un recipiente de carga para el transporte. Se suele usar el contenedor de 40 pies estándar que tiene una capacidad de 60 a 65 metros cúbicos y el de 20 pies con capacidad de 28 metros cúbicos.

Para el ingreso de alimentos a EE.UU. los transportistas deben considerar una Notificación Previa o en inglés Previous Notice a la Administración de Alimentos y Drogas de Estados Unidos - FDA que es un requisito indispensable para que los productos alimenticios puedan ingresar, de lo contrario estos son detenidos en los puertos, llevados a una bodega segura, exportados o destruidos (PROMPERU, 2015).

Barrantes (2010), consideró que el 80% a 90% del transporte internacional a lo largo del mundo se ejecuta por vía marítima, siendo el transporte aéreo y marítimo los dos más comunes; donde el primero dependiendo del producto es un medio muy útil por su

celeridad, lo cual es ideal para productos perecibles aunque representa un costo elevado. Y el segundo que es el más utilizado, debido a que beneficia a la economía a escala y permite el acceso a costos más bajos.

En consecuencia, debido a los medios de transportes más empleados para la exportación consideraremos: aéreo, marítimo y terrestre.

Estados Unidos de América cuenta con una variedad de medios de transporte para el traslado de mercadería además de la infraestructura y logística ideal para llevar a cabo una exportación eficaz.

2.3.2.3.1 Marítimo

Según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo MINCETUR (2015), el transporte marítimo internacional es el traslado de carga o pasajeros a través del mar de un país a otro, utilizando medios de transporte como barcos u otra clase de embarcaciones.

En el tráfico internacional, este transporte permite desarrollar el comercio exterior en gran escala y a un costo relativamente económico en comparación con otros transportes. Considerando que nuestro planeta está cubierto por agua en las dos terceras partes, el hombre ha buscado la manera de viajar sobre el agua. Entre todos los medios de transporte, el marítimo es el que, por su capacidad, mueve el mayor volumen de mercancías en el tráfico internacional y que por su naturaleza permite mover mercancías que a veces son difíciles de mover en otros medio de transporte. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú, 2015, p.10)

En consecuencia, el transporte marítimo es el principal medio que se emplea para la exportación de quinua desde Perú hacia EE.UU. por tener las siguientes características:

- Bajo costo: Debido al traslado de gran volumen de mercancías en puntos distantes.
- Flexibilidad: variedad de buques, según sea el producto de quinua (quinua en grano, néctar de quinua, granolas, fideos, etc.) se cuentan con embarcaciones para carga en general, a granel líquido, a granel sólido o carga refrigerada.
- Continuidad: las variaciones por efecto del clima no afectan en gran medida a este medio de transporte.

Como se aprecia, a través de este medio de transporte se pueden movilizar grandes cantidades de productos distintos ya sea desde cargas dimensionadas hasta cargas a granel secas o líquidas, en el caso de la quinua que en su mayor parte es enviada en grano, constituye una carga a granel sólida (seca) de naturaleza perecible que generalmente se envían en sacos de 25 kg; además los bajos costos de traslado representan una ventaja frente a los demás medios de carga.

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo aseveró que las autoridades sanitarias de cada uno de los países, monitorean los embarques que llegan, reportando todas las detenciones y rechazos que se presenten por incumplimiento de normativas. En el caso de los Estados Unidos de América, donde se emplea el transporte marítimo en su gran parte para el envío de quinua, es el FDA la institución que reporta los rechazos de embarque por producto y país desde octubre de 2001 con una periodicidad mensual. Asimismo, publican la relación de los rechazos de embarques de alimentos en el “Import Refusal Report” con el objetivo de dar a conocer los principales motivos de rechazo para corregir, priorizar y/o fortalecer capacitaciones y asistencias técnicas al respecto.

Según el Diario del Exportador (2018) se atribuye al modo de transporte marítimo los costos más reducidos de la Distribución Física Internacional (DFI) debido a que traslada mercancías voluminosas por distancias largas y de menor valor, teniendo como contraparte la demora en que llega el producto de un lugar a otro. Dependiendo del volumen de la mercadería a transportar se puede escoger dos regímenes como son: el transporte marítimo en régimen de fletamentos que se encarga de mercancía a granel, sólidos, de grandes volúmenes; por otro lado se tiene el transporte marítimo en línea regular la misma que es ideal para la carga general en contenedores de mayor valor, otorga escalas con tarifas estables entre otros beneficios.

2.3.2.3.2 Aéreo

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2015) en la guía de orientación al usuario definió al transporte aéreo como el servicio de traslado vía aérea tanto nacional (dentro del territorio peruano) o internacional de la siguiente manera: "... Se entiende por servicio de transporte aéreo internacional, el realizado entre el territorio peruano y el de un Estado extranjero o entre dos puntos del territorio peruano cuando exista una o más escalas intermedias en el territorio de un Estado extranjero" (p. 8).

Además, señaló que el transporte aéreo internacional de carga es aquella actividad que permite el traslado de mercancías de un país a otro a largas distancias o en menor tiempo, empleando la aeronave como medio de transporte. El transporte aéreo internacional se clasifica en: regular (es de uso público y está supeditado a los cronogramas ya establecidos) y el transporte aéreo internacional no regular (tiene servicios que se realizan sin sujeción a rutas, frecuencias, itinerarios ni horarios prefijados).

La misma fuente indicó que el transporte aéreo de carga requiere contar con las autorizaciones establecidas por las autoridades

competentes. Teniendo como principales características: "...rapidez para mercancías urgentes, perecibles y de elevado valor unitario, la facilidad de control y seguimiento, la seguridad, la reserva de espacio, la facilidad de transbordo y la internacionalidad en la utilización del espacio aéreo de unos países por otro" (p.8).

Tiene ventajas como transportar carga general y perecible, recorrer largas distancias en tiempos cortos con costos bajos de seguros, que demanden rapidez en la entrega; por otro lado algunas desventajas son que no se puede llevar toneladas cuantiosas porque el espacio disponible en las naves tiene una capacidad limitada inferior a los del transporte marítimo, se requiere contar con grandes infraestructuras modernas y seguras, además las tarifas son muy elevadas en comparación con otras vías de transportes.

Según el Diario del Exportador (2018) por este medio se transportan productos perecederos, frágiles, animales vivos, productos farmacéuticos, químicos, entre otros; empleando el tipo de servicio regular con tarifa para carga general que permite inclusive pagar contra entrega y el tipo de servicio arrendado que lo emplean para envíos intensos de carga.

2.3.2.3.3 Terrestre

Se considera el único medio de transporte que brinda el servicio puerta a puerta debido a que recoge la mercancía en la misma fábrica del exportador entregándola directamente al importador.

Según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2015), las empresas que realizan operaciones de comercio exterior tienen que movilizar sus mercancías desde sus almacenes al puerto o aeropuerto más cercano o recoger mercadería y llevarlas a sus almacenes; para ello emplean el sistema de transporte terrestre.

Ante esta situación, se hace primordial entender la importancia del desempeño del servicio de transporte terrestre como una parte dentro de la cadena logística de la distribución de una mercancía y por ende cómo es que impacta sobre la estructura de costos de los usuarios. El transporte de carga por carretera tiene como rol principal aportar funcionalidad al comercio de bienes, puesto que permite la recolección, movilización, almacenaje y entrega de los productos. Así, hace viables las transacciones comerciales dentro de cuyos términos se asume la responsabilidad de entrega hasta el lugar donde se ubica el cliente final, lo que lo convierte en el eslabón final de la cadena logística. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú, 2015, p.5)

Para el cobro de la tarifa se considera el volumen y peso basándose en el libre mercado. También se cuentan con distintos vehículos según la necesidad del producto, por ejemplo camiones para transportar hasta 16 toneladas que se utilizan para llevar cereales a granel, camiones refrigerados de multinivel y hasta para carga pequeña desde dos ejes.

2.4. Hipótesis General

Las tendencias del consumo de la quinua si influyen significativamente en la exportación al mercado de los Estados Unidos de América – California por las principales empresas del Perú.

2.5. Hipótesis Específicas

- a) La alimentación saludable si influye significativamente en la exportación de quinua al mercado de los Estados Unidos de América – California por las principales empresas del Perú.
- b) El cuidado del medioambiente si incide significativamente en la exportación de quinua al mercado de los Estados Unidos de América – California por las principales empresas del Perú.

- c) Si las condiciones del comercio son justas entonces influirá significativamente en la exportación de quinua al mercado de los Estados Unidos de América – California por las principales empresas del Perú.

2.6. Identificación de variables

Las variables que se describieron en el presente estudio fueron:

Variable Independiente X: Tendencias del consumo

Según la FAO (2011) los consumidores de Norteamérica y Europa presentaron una tendencia de un interés cada vez más alto hacia el cuidado de la salud, el ambiente y la equidad social. Es así que los nichos de los productos orgánicos y el comercio justo brindan alternativas atrayentes y mejores precios al productor.

El autor consideró que la población de EE.UU. registró una tendencia hacia el consumo de alimentos nutritivos, orgánicos, naturales, que contribuyen a la buena salud, cuidado del medioambiente; que a su vez permita la equidad social a través del Comercio Justo beneficiando al productor al tener mejores opciones y precios.

Comprende los siguientes Indicadores:

x1: Alimentación saludable

x2: Cuidado del medioambiente

x3: Comercio justo

Variable Dependiente Y: Exportación

Krugman, Obstfeld y Melitz (2012) señalaron que el comercio mundial permite a los países establecer relaciones de intercambio de bienes y servicios para cubrir sus necesidades. Los países en desarrollo han optado por una política comercial de apertura, es decir representada hacia un comercio más libre, donde se reducen los aranceles, eliminan cuotas a la importación, entre otros.

Los autores han considerado al comercio mundial como la compraventa de bienes y servicios entre economías externas para satisfacer sus

necesidades; haciendo uso de políticas comerciales de apertura que han adoptado principalmente los países en vías de desarrollo como el nuestro.

Comprende los siguientes Indicadores:

y1: Política comercial de apertura

y2: Política arancelaria

y3: Transporte

Variable Interviniente:

Principales empresas exportadoras de quinua del Perú

2.7. Operacionalización de variables

Cuadro 9

Matriz de operacionalización de la variable tendencias del consumo de quinua

Dimensiones	Indicadores	Número de Ítems	Escala de medición y valores	Niveles y rangos
1.1 Alimentación saludable	Cuidado de la Salud	1 - 3		
	Propiedades nutricionales	4		
	Costumbre, cultura y tradición	5	(5)	
	Versatilidad en preparación	6	Siempre (4)	Bajo= (12 - 27)
	Presentaciones		Casi siempre (3)	Medio= (28 - 43)
1.2 Cuidado del medio ambiente	Quinua orgánica	7	A veces (2)	Alto= (44 - 60)
	Adaptabilidad del cultivo	8	Casi nunca (1)	
	Variedad genética	9	Nunca	
	Certif. y condiciones comerciales	10		
1.3 Comercio Justo	Valores sociales	11		
	Valores económicos	12		

Fuente: Basada en lo vertido por la FAO (2011) en la publicación denominada *La quinua: cultivo milenario para contribuir a la seguridad alimentaria mundial*.

Cuadro 10

Matriz de operacionalización de la variable exportación de quinua

Dimensiones	Indicadores	Número de Ítems	Escala de medición y valores	Niveles y rangos
1.1 Política comercial	Acuerdos comerciales	1 - 3		
	Política de fomento de exportaciones	4 - 5	(5) Siempre	
1.2 Política arancelaria	Reducción de aranceles	6 - 7	(4) Casi siempre	Bajo= (12 - 27)
	Modificación del código arancelario	8	(3) A veces	Medio= (28 - 43)
			(2) Casi nunca	Alto= (44 - 60)
1.3 Transporte	Marítimo	9 - 10	(1) Nunca	
	Terrestre	11		
	Aéreo	12		

Fuente: Basada en teoría de Krugman, Obstfeld y Melitz (2012).

2.8. Marco Conceptual o Glosario

ADEX. Es una institución empresarial dedicada a representar y prestar servicios a organizaciones vinculadas a la exportación, importación y brindan servicios al comercio con la finalidad de potenciar el desarrollo del comercio exterior peruano.

Agentes biológicos. Comprendido por bacterias, virus, parásitos, hongos y toxinas que causan enfermedades.

Agentes físicos. Cualquier sustancia ajena al producto como: vidrios, plásticos, metal, cabellos, joyas, etc.

Agentes químicos. Sustancias como: soluciones de limpieza, desinfectantes, plaguicidas, etc.

Alimento inocuo. Es la garantía de que no causará daño al consumidor cuando el mismo sea preparado o ingerido, de acuerdo con los requisitos higiénico-sanitarios.

Alimento insalubre. Aquel que contiene bacterias, virus, parásitos o sustancias químicas nocivas causando enfermedades.

Análisis de riesgo de plagas. Garantizan que los productos ingresados a su país no contaminen o pongan en riesgo la salud de las personas y demás seres vivos.

BPA. Buenas prácticas agrícolas son medios que se emplean en la producción primaria y abarcan el empleo de zonas de producción, control de plagas, contaminantes, entre otros para que la producción del alimento sea en buenas condiciones de higiene.

BPM. Buenas Prácticas de Manufactura son medios que se emplean en el procesamiento de los alimentos, diseño de la planta de producción, procesos de distribución, almacenaje, transporte de alimentos.

Cámara de Comercio. Es un gremio empresarial compuesta por los propietarios de negocios y empresas, que tiene como objetivo instaurar un mayor interés en las empresas.

Cereal. Que produce semillas en forma de granos de las que se hacen harinas y que se utilizan para alimento de las personas y animales.

DIGESA. Dirección General de Salud Ambiental, es el órgano técnico normativo en temas de saneamiento básico, salud ocupacional, higiene alimentaria, zoonosis y protección del ambiente.

FAO. Es la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, es un organismo especializado de la ONU que dirige las actividades internacionales enfocadas a erradicar el hambre en el mundo.

Fitosanitario. Término referido a la prevención y curación de las enfermedades de las plantas o relacionado con ello.

Grano andino. Semilla pequeña de algunas plantas de origen andino como quinua, cañihua y kiwicha.

HACCP. Hazard Analysis & Critical Points por sus siglas en ingles de Análisis de Peligros y Puntos de Control Críticos) es un proceso

sistemático preventivo que asegura la inocuidad alimentaria a través de normas respecto a la higiene e inocuidad.

INDECOPI. Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual, es la entidad pública autónoma especializada del Estado Peruano, que vela por la buena marcha del mercado, en beneficio de los ciudadanos, consumidores y empresarios.

INIA. Instituto Nacional de Innovación Agraria es un organismo público adscrito al Ministerio de Agricultura y Riego del Perú, cuya labor es la elaboración y ejecución de estrategias en innovación agraria.

Inspección fitosanitaria, es la verificación de las condiciones fitosanitarias en que llega el envío y su embalaje, de acuerdo a los requisitos fitosanitarios establecidos.

ISO. Es la Organización Internacional para la Estandarización que establece normas para la fabricación, comercio y comunicación en las industrias y comercios del mundo estandarizando las técnicas de producción.

MINAGRI. Ministerio de Agricultura y Riego del Perú es la institución del Estado Peruano responsable del sector agrario.

MINCETUR. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú es la entidad encargada de los temas de comercio exterior del Perú y la promoción del turismo nacional.

Plaguicida o pesticida. Son combinaciones de sustancias químicas destinadas a prevenir, destruir, atraer, repeler o combatir cualquier plaga de animales o plantas.

PROMPERU. Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo es una entidad dependiente del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú encargada de difundir las exportaciones brindando apoyo a los interesados.

Quinua convencional. Es aquella cultivada generalmente en la costa y sierra del país, reúne las características de lo que es habitual o

tradicional. Emplea productos químicos permitidos para el control de plagas y mayor rendimiento.

Quinoa orgánica o ecológica. Es aquella que en el proceso de producción no se ha empleado agroquímicos ni fungicidas prohibidos para la salud.

SENASA. Servicio Nacional de Sanidad Agraria es un organismo público técnico especializado que corresponde al Ministerio de Agricultura y Riego, encargado de la sanidad agraria, calidad de insumos, producción orgánica e inocuidad agroalimentaria.

SIICEX. Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior es un portal web que proporciona información actual y seleccionada principalmente a los empresarios exportadores con fines de fortalecer y expandir sus negocios a nuevos destinos.

SUNAT. La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria es un organismo técnico especializado que se ocupa de administrar, recaudar y fiscalizar los tributos internos; así como dispone en materia tributaria y aduanera.

OIT. Organización Internacional del Trabajo es un organismo especializado que pertenece a las Naciones Unidas y se ocupa de los asuntos relativos al trabajo y las relaciones laborales.

ONU. Organización de las Naciones Unidas, es la mayor organización internacional existente conformada por 192 países miembros.

Tratado de Libre Comercio. Son acuerdos vinculantes entre dos o más países que garantizan el acceso preferencial de las exportaciones con un arancel 0% ampliando el mercado de bienes y servicios.

Verificación documentaria. Es el proceso de revisión de la documentación que presenta el importador o el agente de aduanas en el punto de ingreso al país por el inspector de cuarentena vegetal quien verifica si el envío cumple o no con lo señalado en el permiso fitosanitario de importación.

CAPÍTULO 3:

METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

El presente trabajo concierne a una investigación de tipo aplicada, de nivel descriptivo - explicativo.

De tipo aplicada debido a que confronta la teoría con la realidad, buscando dar solución a contextos delimitados e identificables.

De alcance descriptivo porque se detalló propiedades y características importantes de las variables expuestas, así como la descripción de tendencias de la población en estudio; su utilidad radica en analizar cómo es y cómo se manifiesta un fenómeno y sus componentes. En base a lo vertido por Hernández, Fernández y Baptista respecto a este alcance mencionaron:

Con frecuencia, la meta del investigador consiste en describir fenómenos, situaciones, contextos y sucesos; esto es, detallar cómo son y se manifiestan. Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente

pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 92)

Bernal (2010) precisó que es descriptivo porque se muestran, narran, reseñan o identifican hechos de un objeto de estudio que se guía por las preguntas de investigación que se formula el investigador.

Asimismo, es explicativo debido a que fue más allá de la descripción de conceptos y buscó encontrar las razones que provocaron ciertos hechos, porque ocurrió un fenómeno y en qué condiciones se manifestó como es el caso del incremento de las exportaciones y las tendencias de consumo de quinua en la actualidad.

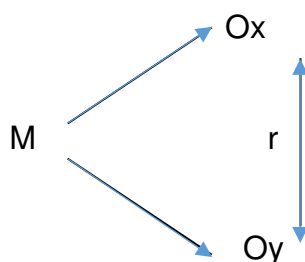
Además, según la teoría consultada este alcance se encuentra más estructurado que los demás y brinda un sentido de entendimiento del fenómeno a que hace referencia (Hernández *et al.*, 2014).

El diseño de la investigación concierne al estudio no experimental-transversal o transeccional.

De la misma manera para Hernández *et al.* (2014) la investigación no experimental corresponde a: “Estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos” es decir no se alteran de manera intencional las variables, éstas solo son observadas y analizadas en su forma natural (p.152).

También es transversal o transeccional por recolectar datos en un determinado momento único, con el objetivo de describir variables y analizar su incidencia e interrelación (p.154).

El esquema del diseño es:



Donde:

M : Muestra que se estudia

x, y : Variables de estudio

O : Observación y medición de ambas variables.

r : Notación estadística de interrelación

Por último, es de enfoque cuantitativo debido a que utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente basadas en la medición numérica, empleando el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento en una población y probar teorías (p.4).

3.2. Unidad de análisis

La unidad de análisis u objeto de investigación estuvo comprendida por las principales empresas exportadoras de quinua de Perú que envían sus productos a los Estados Unidos de América.

3.3. Población en estudio

Véliz (2011), señaló que: “Se llama población o universo a cualquier conjunto de elementos de los que se desea obtener información”, puede ser finita o infinita dependiendo del número de sus elementos que si son menores o iguales a 100,000 se está frente a una población pequeña y es razonable realizar un censo es decir estudiar toda la población. En tanto la muestra la define como cada subconjunto de la población, y considera a las muestras aleatorias aquellas muestras cuyos elementos tuvieron igual posibilidad de ser elegidos (p.6).

Citó Rodríguez que: "...población es el conjunto de mediciones que se pueden efectuar sobre una característica común de un grupo de seres u objetos" (2005, p.79).

De lo expuesto, se deduce que el universo es el conjunto de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características esenciales comunes observables en un lugar y en un momento determinado.

Para el presente estudio, se consideró como población a 36 empresas dedicadas a la comercialización de quinua debido a que en conjunto su participación en las exportaciones de quinua representó un 90% del total de envíos según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo publicado a través del SIICEX, como se detalla a continuación:

Cuadro 11

Dinamismo de las empresas exportadoras de quinua peruana

N°	Cantidad de Empresas peruanas exportadoras de quinua	Participación en las exportaciones
1	149 empresas exportadoras que no registraron envíos.	0%
2	127 empresas con envíos activos inferiores a 1%	10%
3	36 empresa con envíos entre 1 y 12%	90%
TOTAL DE LAS EXPORTACIONES		100%

Fuente: SIICEX – PROMPERÚ- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

Cabe mencionar que fueron las mismas empresas las que designaron a un representante del Área de Exportación para el llenado del cuestionario, brindando datos respecto a su percepción sobre las tendencias del consumo de la quinua en los Estados Unidos de América - California en base a la experiencia que poseen por tener contacto con el citado país, así como datos sobre la exportación que vienen realizando; estas empresas en su mayoría tienen sus oficinas ubicadas

en la ciudad capital de Lima pese a que el departamento de Puno es la región que posee el protagonismo en la producción nacional de quinua.

3.4. Tamaño de la muestra

La muestra es entendida como un sub grupo de la población o universo que se emplea por ahorro de recurso y tiempo, que implica delimitar la población para generalizar resultados (Hernández *et al.*, 2014, p.171).

También se contempla que el muestreo aleatorio simple es una de las técnicas básicas de muestreo probabilístico, donde todos los elementos del universo tienen la misma probabilidad de ser seleccionados.

Finalmente, la muestra es una parte numérica que representa a toda la población, donde el tamaño de la muestra se obtiene identificando los factores y realizando los cálculos correspondientes:

$$n = \frac{(Z^2)(p)(q)(N)}{(E^2)(N-1) + (Z^2)(p)(q)}$$

Donde:

N = 36 principales empresas exportadoras de quinua

Z = 1,96 Distribución Normal Estándar (para 95% de margen de confiabilidad)

E = 0,05 Error de estimación de la medida de la muestra respecto a la población.

P = 0,5 Probabilidad de ocurrencia de los casos

Q = 0,5 Probabilidad de no ocurrencia de los casos

n = Tamaño de la muestra.

Reemplazando:

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5) (36)}{(0,05)^2 (36 - 1) + (1,96)^2 (0,5)(0,5)}$$

n= 33 principales empresas exportadoras de quinua (representado por trabajadores del área de exportación).

Por tanto, de la población de 36 principales empresas exportadoras de quinua, utilizando el Método Estadístico Aleatorio Simple se ha encuestado a la muestra de 33 principales empresas (que fueron representados por trabajadores del área de exportación), las mismas que registraron entre 1% y 12% de participación constituyendo en conjunto más del 90% de las exportaciones.

3.5. Selección de la muestra

Se ha obtenido como muestra 33 principales empresas exportadoras de quinua (las mismas que designaron a trabajadores del Área de Exportación para el desarrollo del cuestionario).

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica utilizada en la presente investigación es la encuesta, que constituye una técnica basada en preguntas dirigidas a un determinado número de personas, empleando la herramienta del cuestionario se llevan a cabo las interrogantes personalmente, vía telefónica o correo electrónico; lo que nos permite averiguar las características, opiniones, costumbres, hábitos, gustos, etc. de una comunidad determinada (Hernández *et al.*, 2014).

Los datos obtenidos de la muestra estudiada corresponden a los objetivos de la investigación, se clasifica como directa y de aplicación específica cuantitativa debido a que se recogieron datos numéricos para su posterior análisis estadístico.

El instrumento de recolección de datos, con motivo de obtener información, fue un cuestionario compuesto por dos variables con 12 preguntas para cada variable, el mismo que está como anexo en el último capítulo de la presente investigación, éste se aplicó a los trabajadores en el área de exportación de las principales empresas exportadoras de quinua del Perú, determinando el grado de percepción frente a las variables en estudio. Asimismo, connotados autores sostienen que el cuestionario “consiste en un conjunto de preguntas de una o más variables a medir” (Hernández *et al.*, 2014, p.217).

Validación y confiabilidad de los instrumentos

En términos generales, se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir (Hernández *et al.*, 2014).

Para determinar la validez de los instrumentos, se sometieron a consideraciones de juicio de expertos. Se consideró que el juicio de expertos para contrastar la validez de los ítems consiste en preguntar a personas expertas que dominen los temas, sobre su grado de adecuación a un criterio determinado y previamente establecido (Hernández *et al.*, 2014).

Confiabilidad de los instrumentos

Los instrumentos de recolección de datos que se emplearon en el estudio tiene ítems con opciones en escala Likert el cual es un método desarrollado por Rensis Likert en el año 1932, que es común y vigente a la fecha presentándose como un conjunto de afirmaciones que recoge las apreciaciones de los actores quienes escogen uno de los cinco puntos de la escala que tiene un valor numérico que mide al objeto de actitud (Hernández *et al.*, 2014, p. 238). Además se ha utilizado el coeficiente alfa de Cronbach para determinar la consistencia interna, analizando la correlación de cada ítem con todas las demás que integran dicho instrumento.

La escala de valores que determina la confiabilidad está dada por los siguientes valores (Hogan, 2004):

Cuadro 12

Grado de confiabilidad según escala de valores

Valores	Grado de confiabilidad
Alrededor de 0.9	nivel elevado de confiabilidad
De 0.8 o superior	considerado confiable
Alrededor de 0.7	confiabilidad baja
Inferior a 0.6	confiabilidad inaceptablemente baja

Fuente: Hogan (2004) presentó en la tabla los grados de confiabilidad según escala valorativa.

Rangos de Confiabilidad

Para determinar el coeficiente de confiabilidad, se empleó el análisis de alfa de Cronbach con la ayuda del software estadístico SPSS versión 22.

Cuadro 13

Confiabilidad de los instrumentos – Alfa de Cronbach de ambas variables

Alfa de Cronbach	Nº de elementos
0,867	30

Nota: Se presenta la confiabilidad general de ambas variables en estudio.

Entonces, según la escala de valores, para ambas variables los estadísticos de fiabilidad general de acuerdo a lo calculado se encontraron en el rango confiable con un Alfa de Cronbach de 0.867, por tanto procede su aplicación.

3.7. Método de análisis e interpretación de la información

Se dio inicio con la recolección de datos de la investigación y luego se procedió al análisis estadístico respectivo utilizando el software estadístico SPSS versión 22 que nos permitió tabular los datos, obtener las tablas y gráficos de distribución de frecuencias y demás resultados descriptivos.

Además, teniendo variables cuali-cuantitativas, se utilizó para la contrastación de las hipótesis la prueba no paramétrica Rho de Spearman, que es una medida de correlación para variables que requiere mínimamente de un nivel de medición ordinal, de tal modo que los individuos u objetos de la muestra puedan ordenarse por rangos.

El análisis de los datos se realizó con el software estadístico SPSS versión 22, se tabularon los datos, se determinaron los rangos para cada variable como también las frecuencias por dimensiones.

Cuadro 14

Escala de correlación según el rango de valores

Coefficiente	Tipo	Interpretación
De -0.91 a -1	Negativa / relación inversa	Correlación muy alta
De -0.71 a 0.90		Correlación alta
De -0.41 a 0.70		Correlación moderada
De -0.21 a 0.40		Correlación baja
De 0 a -0.20		Correlación prácticamente nula
De 0 a 0.20	Positiva / relación directa	Correlación prácticamente nula
De 0.21 a 0.40		Correlación baja
De 0.41 a 0.70		Correlación moderada
De 0.71 a 0.90		Correlación alta
De 0.91 a 1		Correlación muy alta

Fuente: Tomado de Bisquerra del texto Metodología de la Investigación Educativa.

CAPÍTULO 4:

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis e Interpretación de resultados

En primer lugar, se dan a conocer los resultados descriptivos de la variable consumo de quinua.

A nivel general, la percepción de las tendencias del consumo de la quinua se ve reflejada de la siguiente manera:

Cuadro 15

Niveles de percepción de las tendencias del consumo de la quinua

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Regular	8	25,7
Alto	25	74,3
Total	33	100

Fuente: Información obtenida en base a los datos del cuestionario de tendencias del consumo y exportación al mercado de los EE.UU (Anexo N°4).

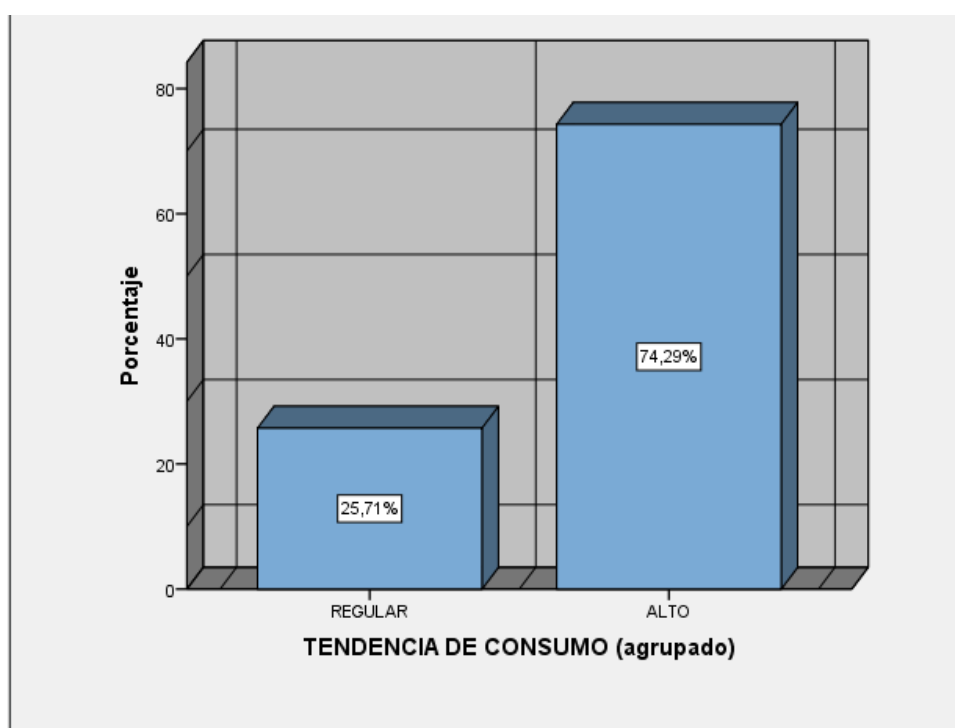


Figura 7: Niveles de percepción de las tendencias del consumo de la quinua por las principales empresas exportadoras

En el cuadro N°15 y figura 7; se observó que el 74.29% de los encuestados percibieron una alta tendencia del consumo de la quinua, asimismo, el 25.71% lo consideró regular; se indica que no se registraron valores en el nivel bajo.

A continuación analizaremos de forma descriptiva todas las preguntas del cuestionario que corresponden a la variable tendencias de consumo:

1. ¿Las tendencias del consumo de la quinua han influido de manera significativa en la exportación de Perú al mercado de los Estados Unidos de América - California en el periodo 2013-2018?

Cuadro 16

Las tendencias del consumo de la quinua y su influencia en la exportación de Perú a EE.UU.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	9	27,3	27,3	27,3
Alto	24	72,7	72,7	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Fuente: Información obtenida en base a los datos del cuestionario de tendencias del consumo y exportación al mercado de los EE.UU (Anexo N°4).

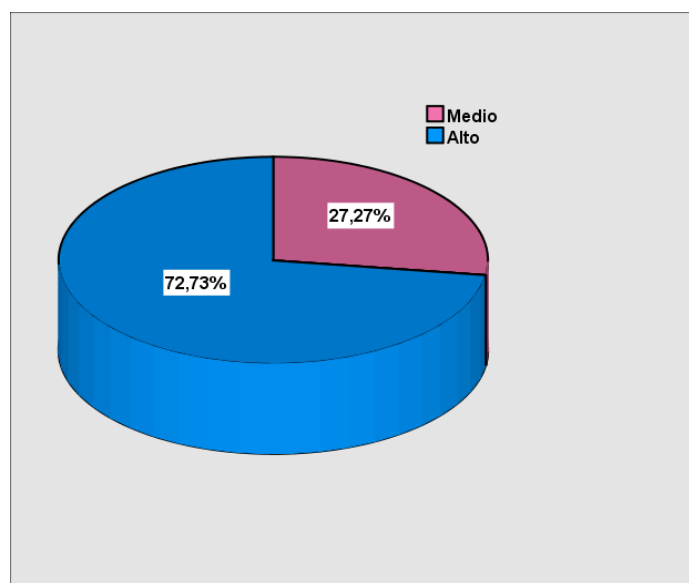


Figura 8. Niveles de tendencias del consumo de la quinua y su influencia en la exportación de Perú a EE.UU.

En el cuadro N°16 y figura 8; se evidenció que el 72.73% de los encuestados percibieron una tendencia alta entre el consumo de la quinua y la exportación al mercado norteamericano y solo el 27.27% consideró una media o regular tendencia entre ambos; se hace presente que no se registraron valores en el nivel bajo.

2. ¿La tendencia hacia una alimentación saludable ha incidido en la exportación de quinua de Perú al mercado de los EE.UU. - California en el periodo 2013-2018?

Cuadro 17

Percepción de consumo de la quinua hacia una alimentación saludable

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	14	42,4	42,4	42,4
Alto	19	57,6	57,6	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Fuente: Información obtenida en base a los datos del cuestionario de tendencias del consumo y exportación al mercado de los EE.UU (Anexo N°4).

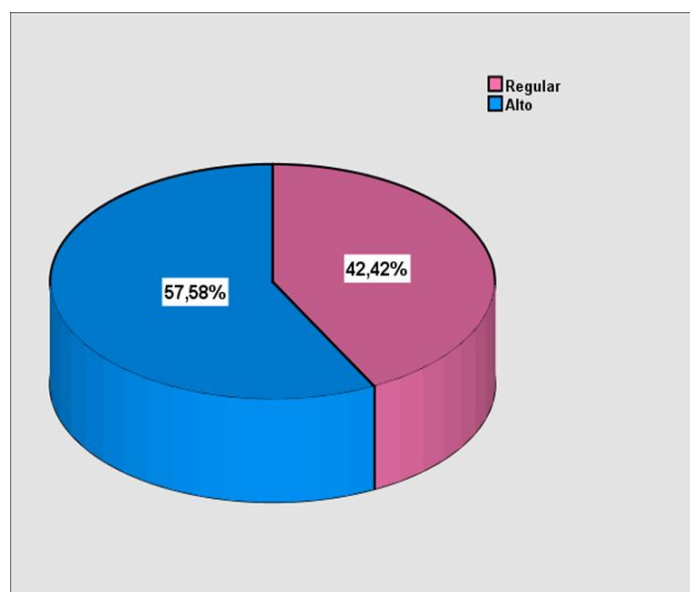


Figura 9. Niveles de consumo de la quinua hacia una alimentación saludable

En el cuadro N°17 y figura 9; se mostró que el 57.58% de los encuestados percibieron niveles altos del consumo de la quinua hacia una alimentación saludable ha incidido en la exportación de quinua de Perú al mercado norteamericano y el 42.42% lo consideró de nivel regular; no habiéndose registrado valores en el nivel bajo.

3. ¿Percibe usted que la población norteamericana, ha consumido quinua por los beneficios que se le atribuye para la salud, en el periodo de estudio?

Cuadro 18

Percepción de consumo de la quinua debido a los beneficios que se le atribuye para la salud

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	26	78,8	78,8	78,8
Alto	7	21,2	21,2	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Fuente: Información obtenida en base a los datos del cuestionario de tendencias del consumo y exportación al mercado de los EE.UU (Anexo N°4).

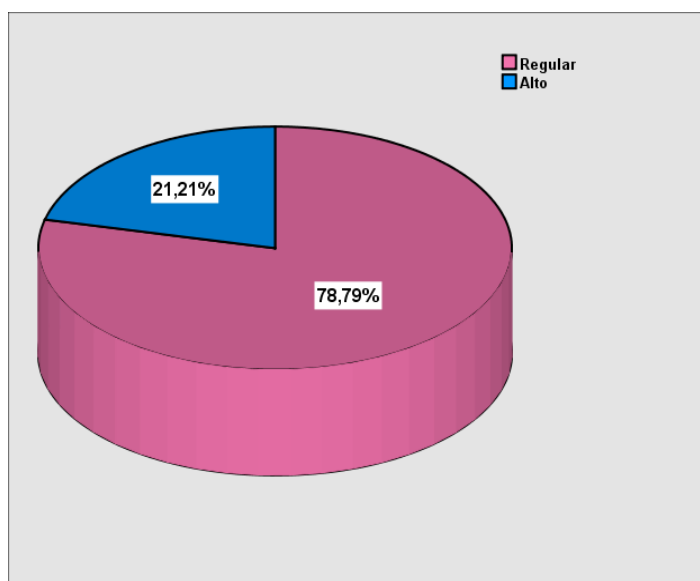


Figura 10. Niveles de consumo de la quinua debido a los beneficios que se le atribuye para la salud

En el cuadro N°18 y figura 10; se mostró que el 78.79% de los encuestados percibieron niveles regulares del consumo de la quinua debido a los beneficios que se le atribuye para la salud y el 21.21% lo consideró de nivel alto; no habiéndose registrado valores en el nivel bajo.

4. ¿Las personas en los EE.UU. - California, han consumido quinua debido a sus propiedades nutricionales en el periodo de estudio?

Cuadro 19

Percepción de consumo de la quinua debido a sus propiedades nutricionales

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	10	30,3	30,3	30,3
Alto	23	69,7	69,7	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Fuente: Información obtenida en base a los datos del cuestionario de tendencias del consumo y exportación al mercado de los EE.UU (Anexo N°4).

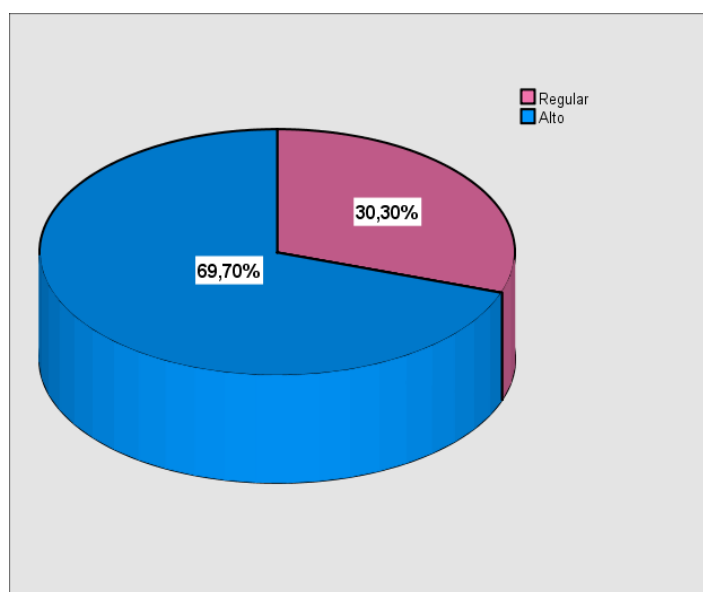


Figura 11. Niveles de consumo de la quinua debido a sus propiedades nutricionales

En el cuadro N°19 y figura 11; se mostró que el 69.70% de los encuestados percibieron niveles altos del consumo de la quinua debido a sus propiedades nutricionales y el 30.30% lo consideró de nivel regular; en cuanto al nivel bajo no se reportaron cifras.

5. ¿Piensa que en EE.UU. - California existe una gran cantidad de inmigrantes latinos que han consumido quinua por mantener su costumbre, cultura y tradición en el periodo de estudio?

Cuadro 20

Percepción de consumo de la quinua por mantener su costumbre, cultura y tradición

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	5	15,2	15,2	15,2
Regular	21	63,6	63,6	78,8
Alto	7	21,2	21,2	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Fuente: Información obtenida en base a los datos del cuestionario de tendencias del consumo y exportación al mercado de los EE.UU (Anexo N°4).

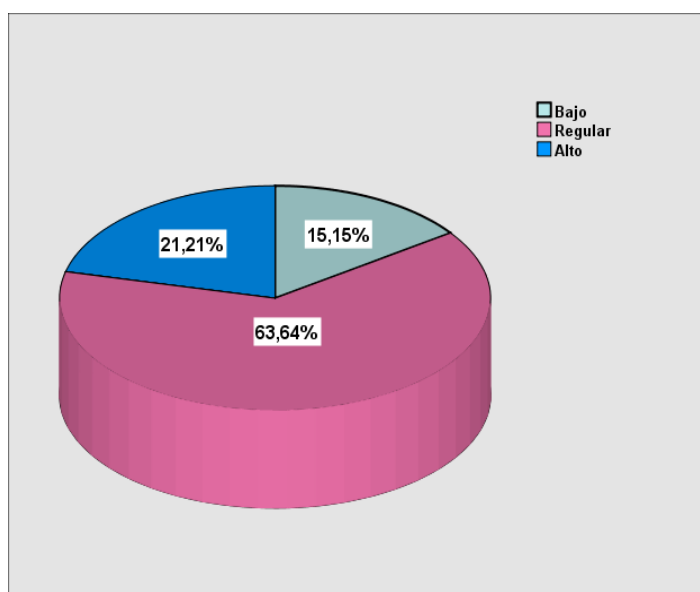


Figura 12. Niveles de consumo de la quinua para mantener su costumbre, cultura y tradición

En el cuadro N°20 y figura 12; se mostró que el 63.64% de los encuestados percibieron niveles regulares del consumo de la quinua para mantener su costumbre, cultura y tradición, el 21.21% lo consideró de nivel alto y en el nivel bajo se registró valores de 15.15%.

6. ¿Percibe usted que la versatilidad en la preparación de platos y productos en base a quinua en sus distintas presentaciones son factores que han influido para el consumo de quinua en los EE.UU-California en el periodo de estudio?

Cuadro 21

Percepción de consumo de la quinua debido a la versatilidad en la preparación de platos y productos en base a quinua en sus distintas presentaciones

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	12	36,4	36,4	36,4
Alto	21	63,6	63,6	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Fuente: Información obtenida en base a los datos del cuestionario de tendencias del consumo y exportación al mercado de los EE.UU (Anexo N°4).

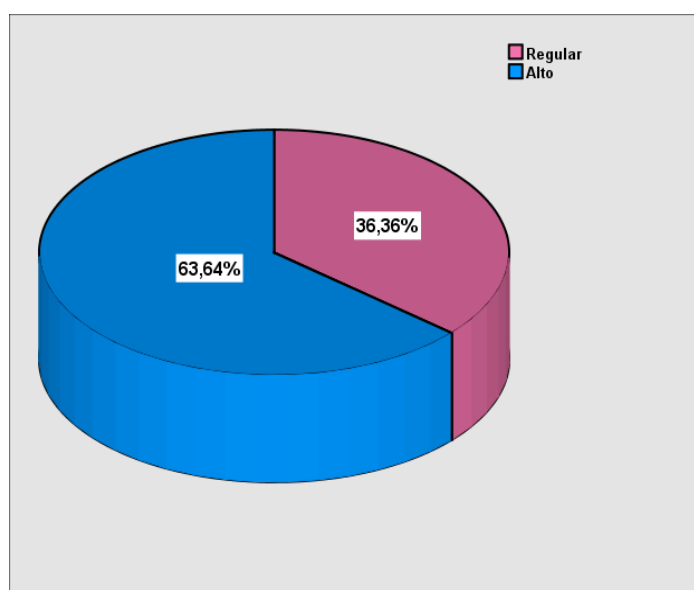


Figura 13. Niveles de consumo de la quinua debido a la versatilidad en la preparación de platos y distintas presentaciones de productos en base a quinua

En el cuadro N°21 y figura 13; se mostró que el 63.64% de los encuestados percibieron niveles altos del consumo de la quinua debido a la versatilidad en la preparación de platos y productos en base a quinua en sus distintas presentaciones y el 36.36% lo consideró de nivel regular; en cuanto al nivel bajo no se reportaron cifras.

7. ¿Considera usted que la tendencia hacia el cuidado del medioambiente ha incidido en la exportación de quinua de Perú al mercado de los Estados Unidos de América - California en el periodo 2013-2018?

Cuadro 22

Percepción de tendencia hacia el cuidado del medioambiente y su incidencia en la exportación de quinua

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	2	6,1	6,1	6,1
Regular	24	72,7	72,7	78,8
Alto	7	21,2	21,2	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Fuente: Información obtenida en base a los datos del cuestionario de tendencias del consumo y exportación al mercado de los EE.UU (Anexo N°4).

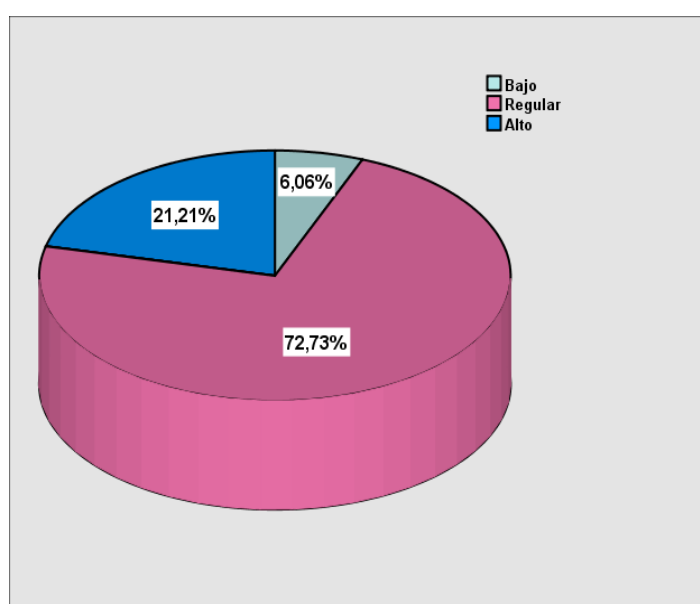


Figura 14. Niveles de percepción de tendencia hacia el cuidado del medioambiente y su incidencia en la exportación de quinua

En el cuadro N°22 y figura 14; se evidenció que una gran mayoría de 72.73% de los encuestados percibieron niveles regulares hacia el cuidado del medioambiente y su incidencia en la exportación de quinua, el 21.21% lo consideró de nivel alto y en el nivel bajo se registró valores de 6.06%.

8. ¿Cree usted que se ha incrementado el consumo de la quinua orgánica en el mercado de los Estados Unidos de América - California en el periodo 2013-2018?

Cuadro 23

Percepción de incremento en el consumo de la quinua orgánica

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	19	57,6	57,6	57,6
Alto	14	42,4	42,4	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Fuente: Información obtenida en base a los datos del cuestionario de tendencias del consumo y exportación al mercado de los EE.UU (Anexo N°4).

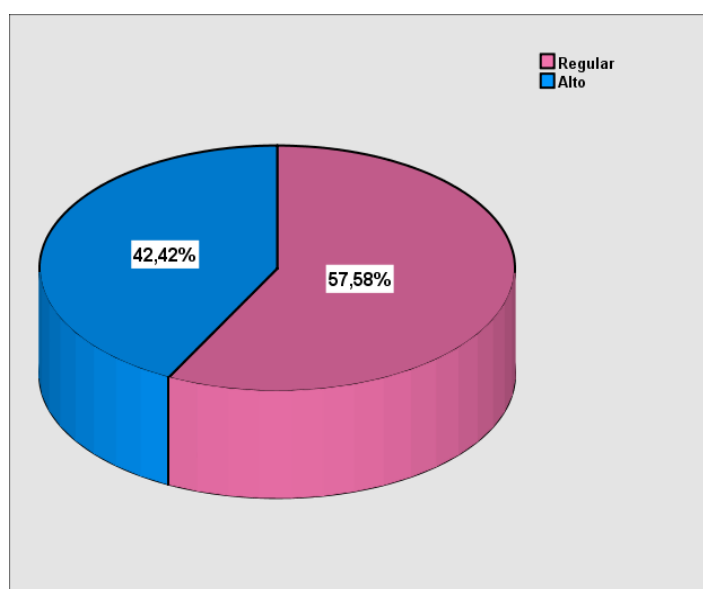


Figura 15. Niveles de percepción de incremento en el consumo de la quinua orgánica

En el cuadro N° 23 y figura 15; se mostró que el 57.6% de los encuestados percibieron niveles regulares de incremento del consumo de la quinua orgánica y el 42.4% lo consideró de nivel alto; no habiéndose registrado valores en el nivel bajo.

9. ¿Opina usted que la adaptabilidad del cultivo y la variedad genética de la quinua son factores que han influido en la demanda de quinua “para siembra” de Perú al mercado destino en el periodo de estudio?

Cuadro 24

Percepción sobre la adaptabilidad del cultivo, la variedad genética de la quinua y su influencia en la demanda de quinua “para siembra”

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	13	39,4	39,4	39,4
Alto	20	60,6	60,6	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Fuente: Información obtenida en base a los datos del cuestionario de tendencias del consumo y exportación al mercado de los EE.UU (Anexo N°4).

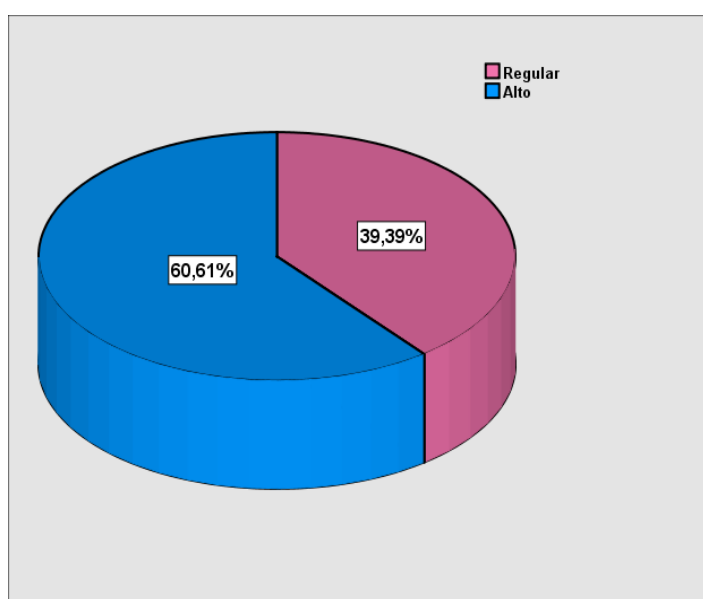


Figura 16. Niveles de percepción sobre la adaptabilidad del cultivo, la variedad genética de la quinua y su influencia en la demanda de quinua “para siembra”

En el cuadro N° 24 y figura 16; el 61% de los encuestados percibieron que la adaptabilidad del cultivo y la variedad genética de la quinua influyó en la demanda de quinua “para siembra” en un nivel alto y el 39% lo consideró de nivel regular.

10. ¿Considera que el Comercio Justo es un sistema comercial que ha contribuido al desarrollo de los pueblos y la lucha contra la pobreza, factor por el cual consumen quinua en el principal país receptor?

Cuadro 25

Percepción del Comercio Justo y su contribución al consumo de quinua

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	
			Porcentaje válido	acumulado
Bajo	5	15,2	15,2	15,2
Regular	25	75,8	75,8	90,9
Alto	3	9,1	9,1	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Fuente: Información obtenida en base a los datos del cuestionario de tendencias del consumo y exportación al mercado de los EE.UU (Anexo N°4).

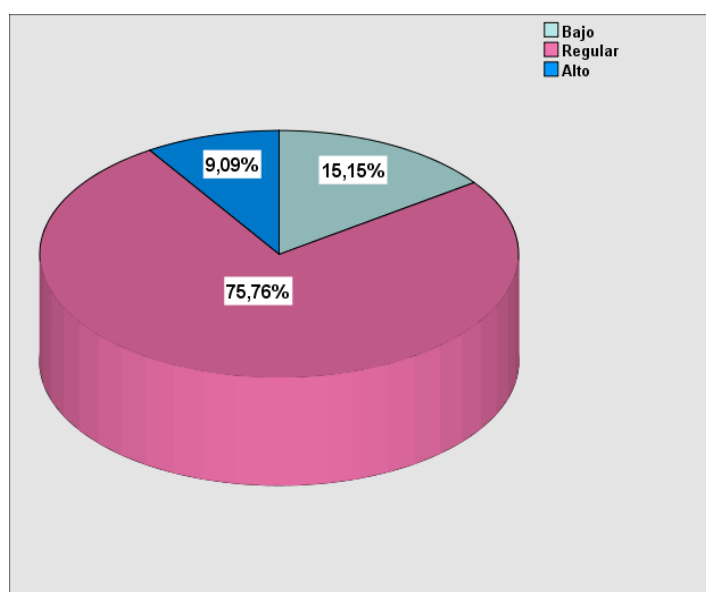


Figura 17. Niveles de percepción sobre el Comercio Justo y su contribución al consumo de quinua

En el cuadro N° 25 y figura 17; se evidenció que una gran mayoría de 75.8% de los encuestados percibieron niveles regulares respecto a que el Comercio Justo ha contribuido al consumo de quinua, el 9.1% lo consideró de nivel alto y en el nivel bajo se registró valores de 15.2%.

11. ¿Concuerda usted que la certificación Fair Trade (Comercio Justo, para lo cual se requiere que los productores cuenten con la debida asistencia técnica) y las condiciones comerciales han impulsado el consumo de quinua en el mercado destino?

Cuadro 26

Percepción de la certificación Fair Trade del Comercio Justo, condiciones comerciales y su promoción al consumo de quinua

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	4	12,1	12,1	12,1
Regular	27	81,8	81,8	93,9
Alto	2	6,1	6,1	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Fuente: Información obtenida en base a los datos del cuestionario de tendencias del consumo y exportación al mercado de los EE.UU (Anexo N°4).

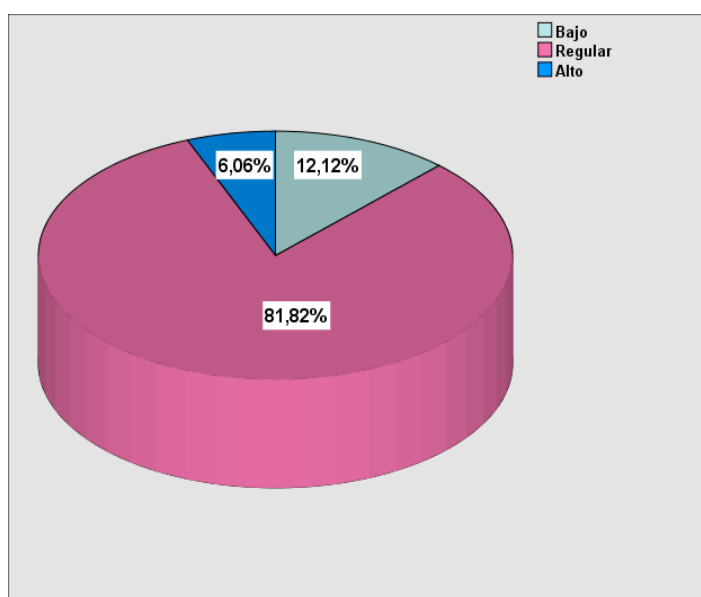


Figura 18. Niveles de percepción de la certificación Fair Trade del Comercio Justo, condiciones comerciales y su promoción al consumo de quinua

En el cuadro N° 26 y figura 18; se evidenció que una gran mayoría de 81.8% de los encuestados percibieron que la certificación Fair Trade del Comercio Justo y condiciones comerciales fueron de nivel regular respecto a la promoción al consumo de quinua, el 6.1% lo consideró de nivel alto y en el nivel bajo se registró valores de 12.1%.

12. ¿Cree usted que los valores sociales (diálogo, transparencia, respeto, igualdad) y económicos (salarios adecuados, precio mayor y estable del producto) han influido en la decisión de consumo de quinua de los pobladores de EE.UU. - California en el periodo de estudios?

Cuadro 27

Percepción de los valores sociales y económicos y su influencia en el consumo de quinua

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	
			Porcentaje válido	acumulado
Bajo	6	18,2	18,2	18,2
Regular	21	63,6	63,6	81,8
Alto	6	18,2	18,2	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Fuente: Información obtenida en base a los datos del cuestionario de tendencias del consumo y exportación al mercado de los EE.UU (Anexo N°4).

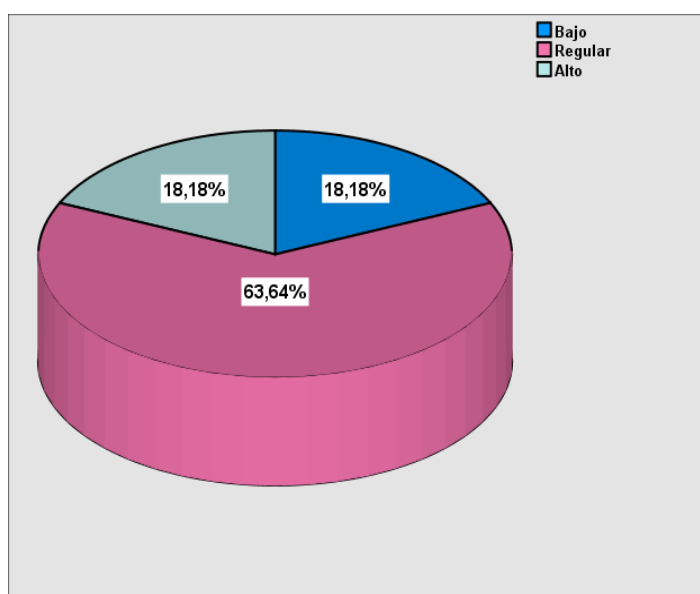


Figura 19. Niveles de percepción de los valores sociales y económicos y su influencia en el consumo de quinua

En el cuadro N° 27 y figura 19; se evidenció que 63.6% de los encuestados percibieron que los valores sociales y económicos influyeron en el consumo de quinua a nivel regular, el 18.2% lo consideró de nivel alto y de la misma manera en el nivel bajo se registró valores de 18.2%.

En segundo lugar, se dan a conocer los resultados descriptivos de la variable exportación de quinua de Perú al mercado de Estados Unidos de América – California.

A nivel general, la percepción de las exportaciones de quinua se ve reflejada de la siguiente manera:

Cuadro 28

Niveles de percepción de las exportaciones de quinua

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Regular	5	17,1
Alto	28	82,9
Total	33	100

Fuente: Información obtenida en base a los datos del cuestionario de tendencias del consumo y exportación al mercado de los EE.UU (Anexo N°4).

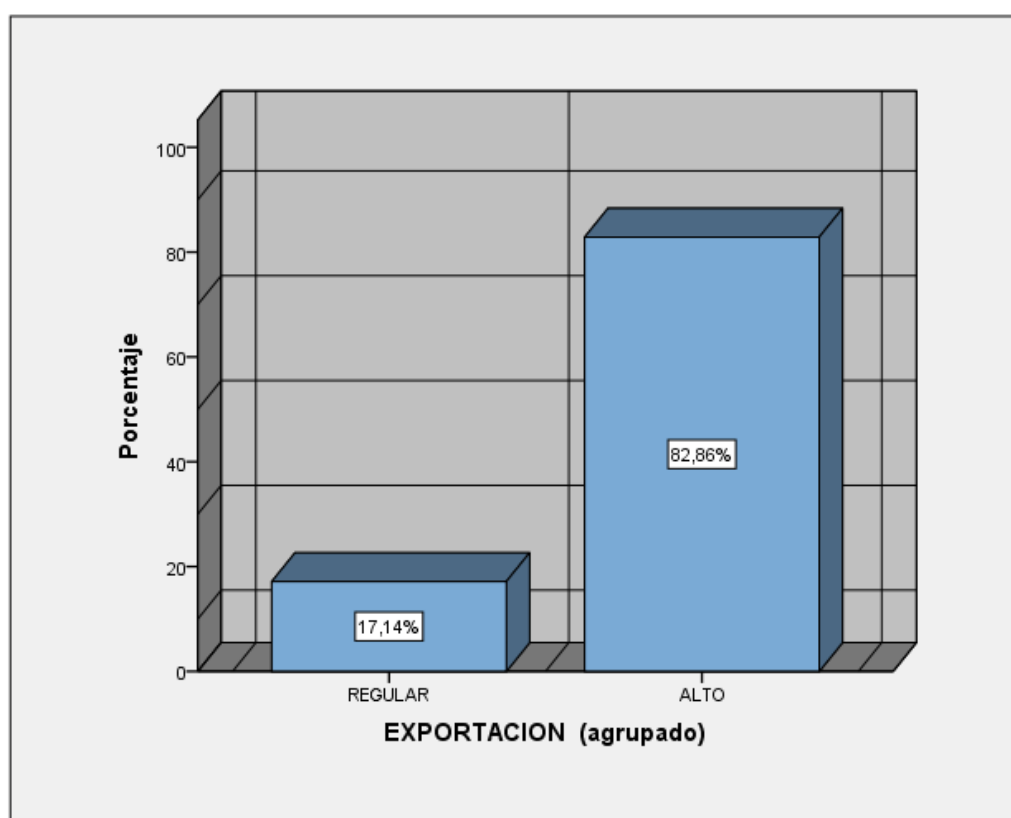


Figura 20. Niveles de percepción de las exportaciones de quinua

En el cuadro N° 28 y figura 20; se observó que el 82.86% de los encuestados percibieron que las exportaciones son de nivel alto y el 17.14% lo consideró regular; se indica que tampoco se registraron valores en el nivel bajo.

A continuación analizaremos de forma descriptiva todas las preguntas del cuestionario que corresponden a la variable exportación de quinua:

1. ¿Considera usted que la exportación de quinua de Perú a Estados Unidos de América - California se ha incrementado principalmente en el periodo 2013-2018?

Cuadro 29

Percepción sobre el incremento de las exportaciones en el periodo 2013-2018

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	3	9,1	9,1	9,1
Alto	30	90,9	90,9	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Fuente: Información obtenida en base a los datos del cuestionario de tendencias del consumo y exportación al mercado de los EE.UU (Anexo N°4).

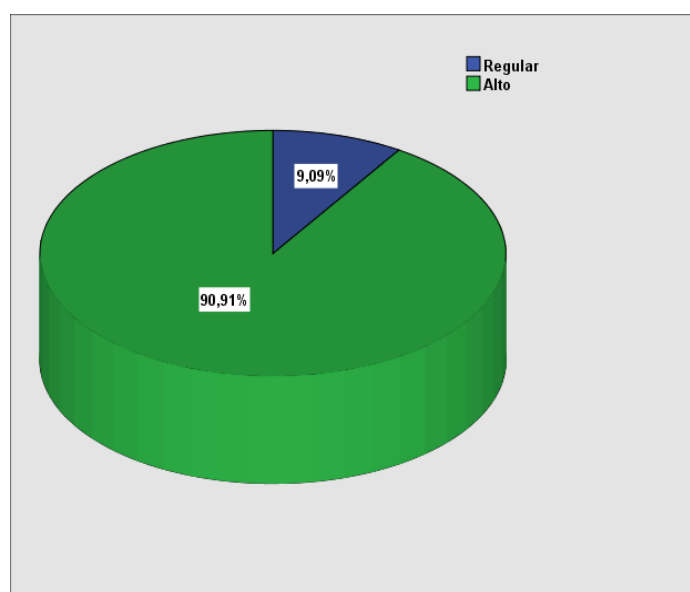


Figura 21. Niveles de Percepción sobre el incremento de las exportaciones en el periodo 2013-2018

En el cuadro N°29 y figura 21; el 91% de los encuestados percibieron un nivel alto en el incremento de las exportaciones en el periodo 2013-2018, mientras que solo el 9% lo consideró de nivel regular.

2. ¿Percibe usted que se han establecido adecuadas relaciones de intercambio entre Perú y Estados Unidos de América en beneficio de ambos países en el periodo de estudio?

Cuadro 30

Percepción de adecuadas relaciones de intercambio entre Perú y Estados Unidos de América

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	6	18,2	18,2	18,2
Alto	27	81,8	81,8	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Fuente: Información obtenida en base a los datos del cuestionario de tendencias del consumo y exportación al mercado de los EE.UU (Anexo N°4).

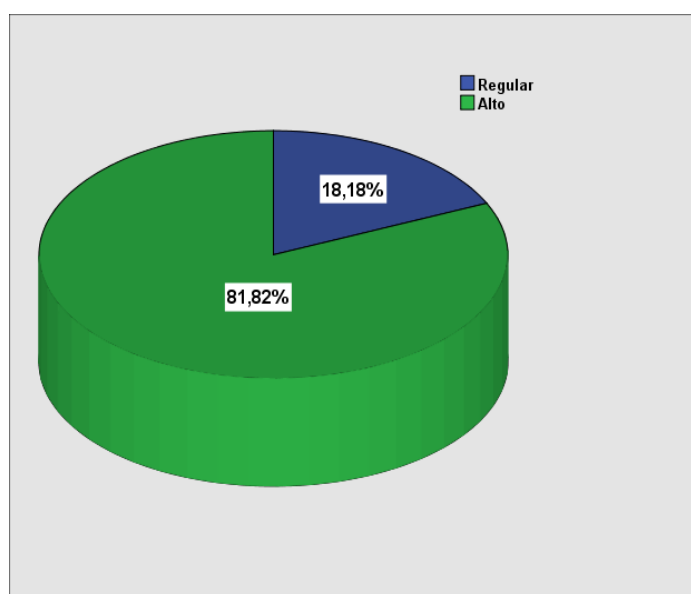


Figura 22. Niveles de Percepción de adecuadas relaciones de intercambio entre Perú y EE.UU.

En el cuadro N°30 y figura 22; se mostró que el 81.8% de los encuestados percibieron niveles regulares de adecuadas relaciones de intercambio entre Perú y Estados Unidos de América y el 18.1% lo consideró de nivel alto; no habiéndose registrado valores en el nivel bajo.

3. ¿La política comercial de apertura de Perú ha influido en la exportación de quinua al mercado de EE.UU. - California en el periodo 2013-2018?

Cuadro 31

Percepción sobre la política comercial de apertura de Perú y su influencia en la exportación de quinua a EE.UU.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	2	6,1	6,1	6,1
Alto	31	93,9	93,9	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Fuente: Información obtenida en base a los datos del cuestionario de tendencias del consumo y exportación al mercado de los EE.UU (Anexo N°4).

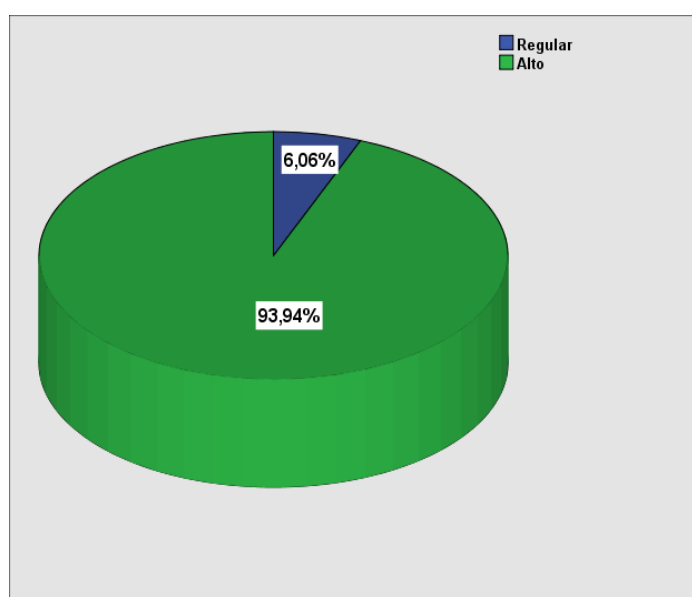


Figura 23. Niveles de Percepción sobre la política comercial de apertura de Perú y su influencia en la exportación de quinua a EE.UU.

En el cuadro N°31 y figura 23; el 94% de los encuestados percibieron un nivel alto de influencia de la política comercial de apertura de Perú en la exportación de quinua a EE.UU. en el periodo 2013-2018, mientras que solo el 6% lo consideró de nivel regular.

4. ¿Percibe usted que los acuerdos comerciales como el Tratado de Libre Comercio (TLC) han influenciado positivamente en la exportación de quinua de Perú a Estados Unidos de América en el periodo de estudio?

Cuadro 32

Percepción sobre los acuerdos comerciales como el Tratado de Libre Comercio (TLC) y su influencia en la exportación de quinua a EE.UU.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	4	12,1	12,1	12,1
Alto	29	87,9	87,9	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Fuente: Información obtenida en base a los datos del cuestionario de tendencias del consumo y exportación al mercado de los EE.UU (Anexo N°4).

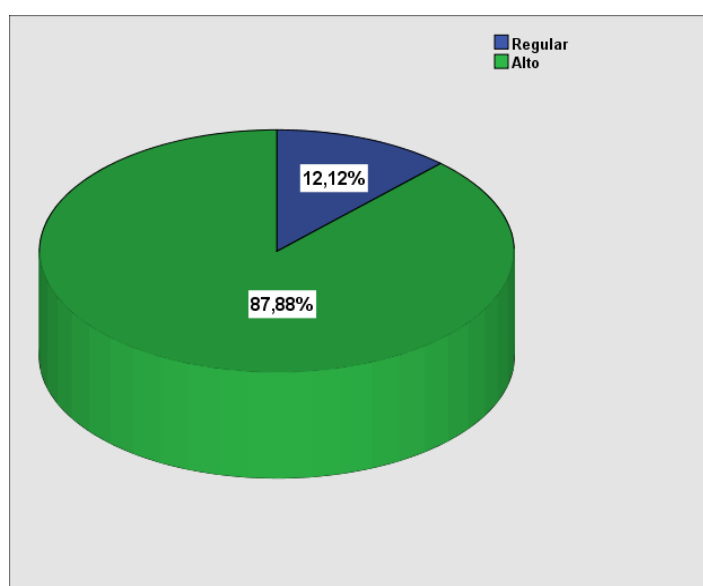


Figura 24. Niveles de Percepción sobre los Acuerdos Comerciales como el Tratado de Libre Comercio (TLC) y su influencia en la exportación de quinua a EE.UU.

En el cuadro N°32 y figura 24; el 88% de los encuestados percibieron un nivel alto de influencia de los acuerdos comerciales como el Tratado de Libre Comercio (TLC) en la exportación de quinua de Perú a EE.UU. en el periodo 2013-2018, mientras que el 12% consideró dicha influencia de nivel regular.

5. ¿Considera que han sido adecuadas las políticas de fomento de exportaciones de quinua del Perú al país receptor en el periodo de estudio?

Cuadro 33

Percepción de las políticas de fomento de exportaciones de quinua del Perú al país receptor en el periodo de estudio

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	
			Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	3	9,1	9,1	9,1
Regular	29	87,9	87,9	97,0
Alto	1	3,0	3,0	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Fuente: Información obtenida en base a los datos del cuestionario de tendencias del consumo y exportación al mercado de los EE.UU (Anexo N°4).

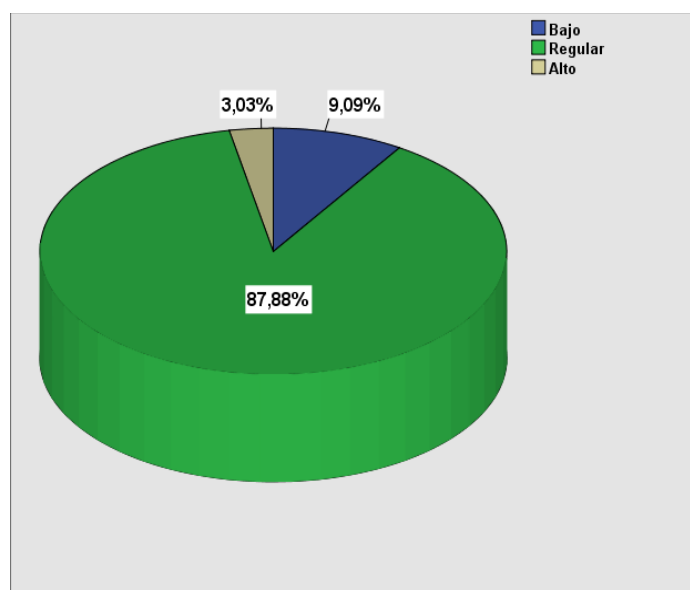


Figura 25. Niveles de Percepción de las políticas de fomento de exportaciones de quinua del Perú al país receptor.

En el cuadro N°33 y figura 25; se apreció que la mayoría de los encuestados percibieron un nivel regular con 88% respecto a que han sido adecuadas las políticas de fomento de exportaciones de quinua del Perú al país receptor en el periodo de estudio, en tanto solo un 3% lo consideró de nivel alto y un 9% lo consideró de nivel bajo.

6. ¿Cree usted que la política arancelaria de Perú ha incidido en la exportación de quinua al mercado de EE.UU. - California en el periodo 2013-2018?

Cuadro 34

Percepción de la política arancelaria de Perú y su influencia en la exportación de quinua al mercado de EE.UU.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	
			Porcentaje válido	acumulado
Bajo	2	6,1	6,1	6,1
Regular	26	78,8	78,8	84,8
Alto	5	15,2	15,2	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Fuente: Información obtenida en base a los datos del cuestionario de tendencias del consumo y exportación al mercado de los EE.UU (Anexo N°4).

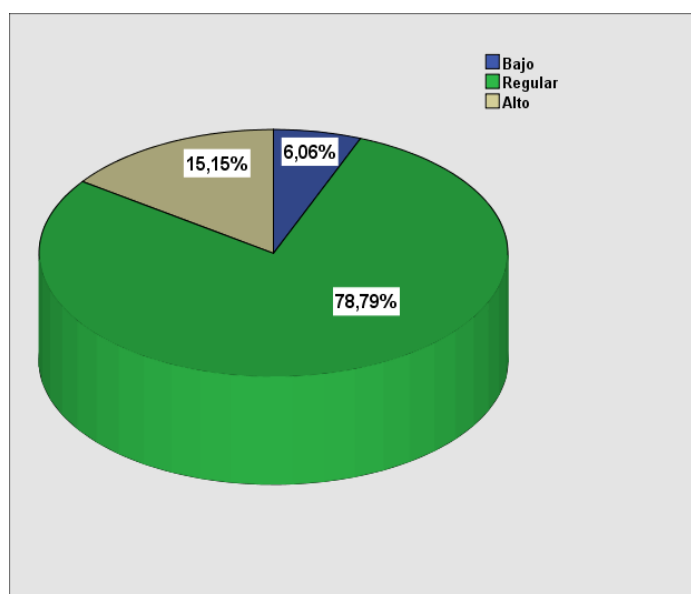


Figura 26. Niveles de Percepción de la política arancelaria de Perú y su influencia en la exportación de quinua al mercado de EE.UU.

En el cuadro N°34 y figura 26; se apreció que la mayoría de los encuestados percibieron un nivel regular con 79% respecto a que la política arancelaria de Perú ha incidido en la exportación de quinua al mercado de EE.UU. - California en el periodo 2013-2018, en tanto un 15.2% lo consideró de nivel alto y un 6.1% lo consideró de nivel bajo.

7. ¿La reducción de aranceles ha impulsado a la empresa exportadora a la comercialización de quinua hacia los Estados Unidos de América – California en el periodo de estudio?

Cuadro 35

Percepción sobre la reducción de aranceles y su impulso a la empresa exportadora a la comercialización de quinua peruana

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	23	69,7	69,7	69,7
Alto	10	30,3	30,3	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Fuente: Información obtenida en base a los datos del cuestionario de tendencias del consumo y exportación al mercado de los EE.UU (Anexo N°4).

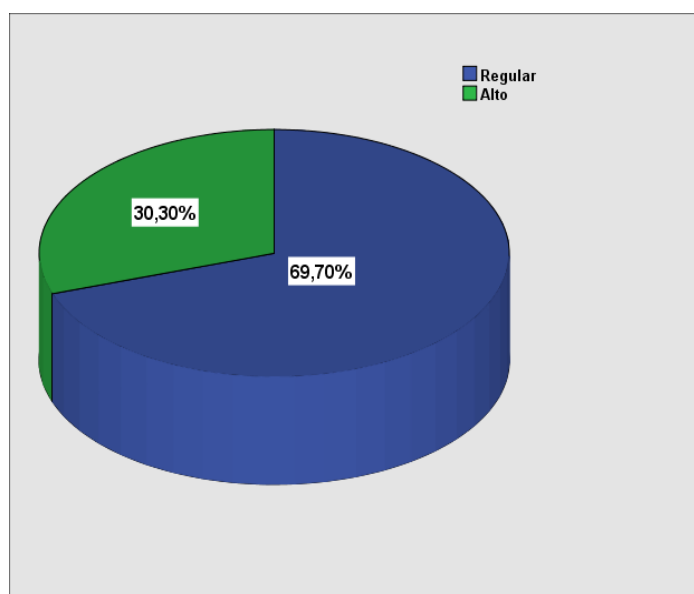


Figura 27. Niveles de Percepción sobre la reducción de aranceles y su impulso a la empresa exportadora para la comercialización de quinua peruana.

En el cuadro N°35 y figura 27; se registró que el 69.7% de los encuestados percibieron niveles regulares sobre la reducción de aranceles y su impulso a la empresa exportadora para la comercialización de quinua peruana y el 30.3% lo consideró de nivel alto; no habiéndose registrado valores en el nivel bajo.

8. ¿Considera que la modificación de la estructura arancelaria y la creación de sub partidas arancelarias han logrado el objetivo de manejar un lenguaje común dentro de los negocios internacionales?

Cuadro 36

Percepción sobre la modificación de la estructura arancelaria y el logro de manejar un lenguaje común dentro de los negocios internacionales

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	19	57,6	57,6	57,6
Alto	14	42,4	42,4	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Fuente: Información obtenida en base a los datos del cuestionario de tendencias del consumo y exportación al mercado de los EE.UU (Anexo N°4).

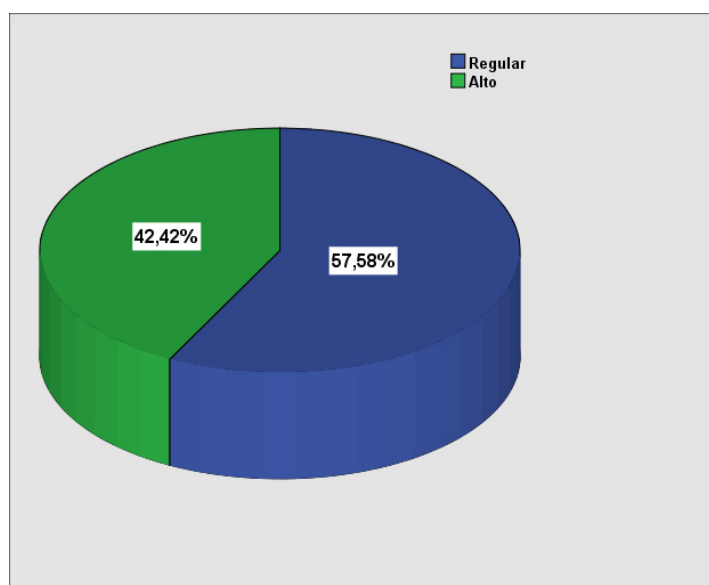


Figura 28. Niveles de Percepción sobre la modificación de la estructura arancelaria y el logro de manejar un lenguaje común dentro de los negocios internacionales.

En el cuadro N°36 y figura 28; se registró que el 57.6% de los encuestados percibieron niveles regulares sobre la modificación de la estructura arancelaria y el logro de manejar un lenguaje común dentro de los negocios internacionales mientras que un 42.4% lo consideró de nivel alto.

9. ¿Cree usted que el transporte internacional ha formado parte importante de la cadena logística, teniendo como elementos inherentes el tiempo y espacio en la exportación de quinua de Perú a Estados Unidos de América en el periodo de estudio?

Cuadro 37

Percepción sobre el transporte internacional como parte importante de la cadena logística y su incidencia en la exportación de quinua

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	10	30,3	30,3	30,3
Alto	23	69,7	69,7	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Fuente: Información obtenida en base a los datos del cuestionario de tendencias del consumo y exportación al mercado de los EE.UU (Anexo N°4).

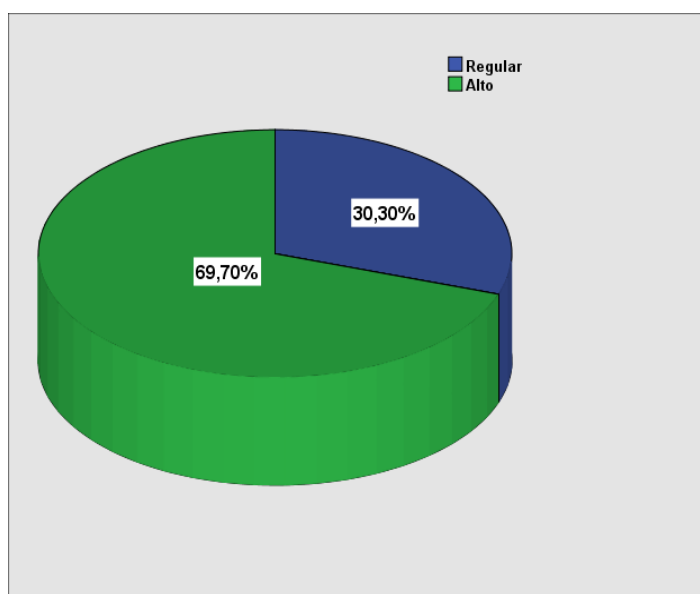


Figura 29. Niveles de Percepción sobre el transporte internacional como parte importante de la cadena logística y su incidencia en la exportación de quinua

En el cuadro N°37 y figura 29; el 69.7% de los encuestados percibieron un nivel alto de influencia sobre el transporte internacional como parte importante de la cadena logística y su incidencia en la exportación de quinua de Perú a EE.UU. en el periodo 2013-2018, mientras que solo el 30.3% consideró dicha influencia de nivel regular.

10. ¿Considera usted que el medio de transporte marítimo ha sido el más utilizado, eficiente y menos costoso para las exportaciones de quinua peruana al mercado norteamericano?

Cuadro 38

Percepción sobre el medio de transporte marítimo como medio más utilizado, eficiente y menos costoso para las exportaciones de quinua

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	12	36,4	36,4	36,4
Alto	21	63,6	63,6	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Fuente: Información obtenida en base a los datos del cuestionario de tendencias del consumo y exportación al mercado de los EE.UU (Anexo N°4).

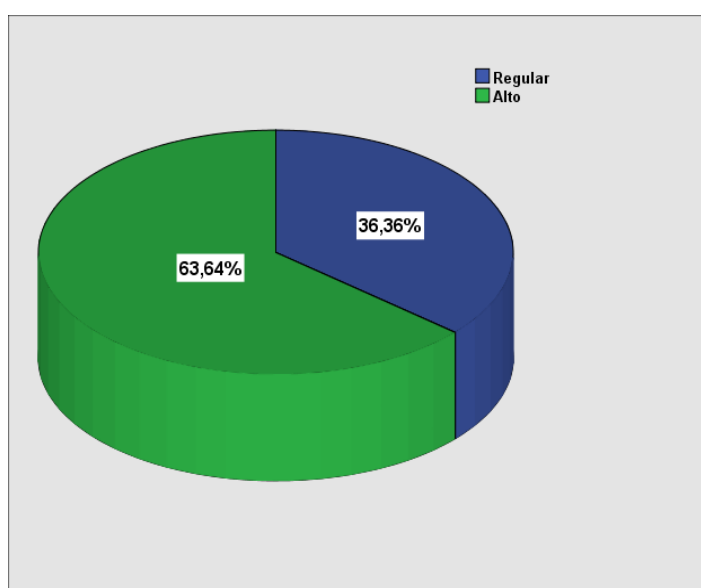


Figura 30. Niveles de Percepción sobre el medio de transporte marítimo como medio más utilizado, eficiente y menos costoso para las exportaciones de quinua

En el cuadro N°38 y figura 30; el 64% de los encuestados percibieron un nivel alto respecto a que el medio de transporte marítimo es el más utilizado, eficiente y menos costoso para las exportaciones de quinua de Perú a EE.UU. en el periodo 2013-2018, mientras que solo el 36% lo consideró de nivel regular.

11. ¿Percibe usted que el medio de transporte aéreo ha sido el más costoso y menos empleado para las exportaciones de quinua peruana al mercado norteamericano en el periodo de estudio?

Cuadro 39

Percepción sobre el medio de transporte aéreo como medio más costoso y menos empleado para las exportaciones de quinua

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	25	75,8	75,8	75,8
Alto	8	24,2	24,2	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Fuente: Información obtenida en base a los datos del cuestionario de tendencias del consumo y exportación al mercado de los EE.UU (Anexo N°4).

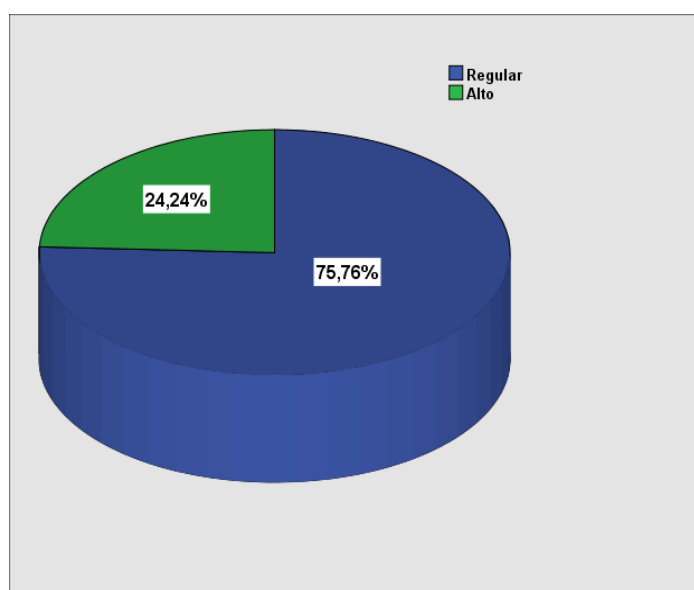


Figura 31. Niveles de Percepción sobre el medio de transporte aéreo como medio más costoso y menos empleado para las exportaciones de quinua

En el cuadro N°39 y figura 31; el 75.8% de los encuestados percibieron un nivel regular respecto al medio de transporte aéreo como medio más costoso y menos empleado para las exportaciones de quinua de Perú a EE.UU. en el periodo 2013-2018, mientras que solo un 24.2% lo consideró de nivel alto.

12. ¿Opina usted que el medio de transporte terrestre ha sido ideal para el traslado interno de la quinua de las regiones a los puertos o aeropuertos de Perú para las exportaciones, así como al interior del país destino en el periodo de estudio?

Cuadro 40

Percepción sobre el medio de transporte terrestre como ideal para el traslado interno de la quinua de las regiones a los puertos o aeropuertos así como al interior del país destino

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	5	15,2	15,2	15,2
Alto	28	84,8	84,8	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Fuente: Información obtenida en base a los datos del cuestionario de tendencias del consumo y exportación al mercado de los EE.UU (Anexo N°4).

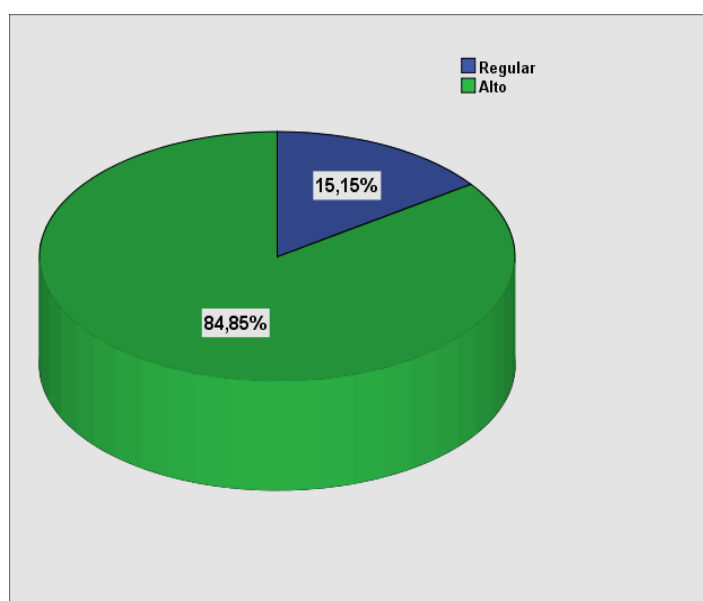


Figura 32. Niveles de Percepción sobre el medio de transporte terrestre como ideal para el traslado interno de la quinua de las regiones a los puertos o aeropuertos así como al interior del país destino

En el cuadro N°40 y figura 32; el 85% de los encuestados percibieron un nivel alto respecto al medio de transporte terrestre como ideal para el traslado interno de la quinua de las regiones a los puertos o aeropuertos así como al interior del país destino en el periodo 2013-2018 mientras que solo el 15% lo consideró de nivel regular.

4.2. Pruebas de hipótesis

A continuación se detallan los resultados de la hipótesis general y cada una de las hipótesis específicas:

Hipótesis general

H1: Las tendencias del consumo de la quinua si influyen significativamente en la exportación al mercado de los Estados Unidos de América – California por las principales empresas del Perú.

Ho: Las tendencias del consumo de la quinua no influyen significativamente en la exportación al mercado de los Estados Unidos de América – California por las principales empresas del Perú.

Nivel de significancia alfa (α) = 0.01.

Regla de decisión: Si $p \geq \alpha$, se acepta Ho; Si $p < \alpha$, se rechaza Ho

Prueba de estadística: Rho de Spearman.

Cuadro 41

Correlación entre Tendencias del consumo y exportación de quinua al mercado de los Estados Unidos de América - California

			Tendencias de consumo	Exportación
Rho de Spearman	Tendencias de consumo	Coeficiente de correlación	1	,773**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	33	33
	Exportación	Coeficiente de correlación	,773**	1
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	33	33

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Dado que el valor de sig.=0,000 es menor que el nivel de confianza $\alpha= 0,01$; se rechaza la hipótesis nula Ho y se concluye que las tendencias del consumo de la quinua influyen significativamente en la exportación de Perú al mercado de los Estados Unidos - California en los últimos años, siendo esta relación de nivel alto ($r = 0,773$).

Hipótesis específica 1:

H1: La alimentación saludable si influye significativamente en la exportación de quinua al mercado de los Estados Unidos de América – California por las principales empresas del Perú.

Ho: La alimentación saludable no influye significativamente en la exportación de quinua al mercado de los Estados Unidos de América – California por las principales empresas del Perú.

Cuadro 42

Correlación entre Alimentación saludable y exportación

		Alimentación _saludable	Exportación
Rho de Spearman	Alimentación _saludable	1.000	,525**
	Coeficiente de correlación	.	0,001
	Sig. (bilateral)		
	N	33	33
	Exportación (agrupado)	,525**	1.000
	Coeficiente de correlación	0,001	.
	Sig. (bilateral)		
	N	33	33

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Dado que el valor de sig.=0,001 es menor que el nivel de confianza $\alpha=0,01$; se rechaza la hipótesis nula Ho y se concluye que la alimentación saludable influye significativamente en la exportación de quinua al mercado de los Estados Unidos de América – California por las principales empresas del Perú; siendo esta relación de nivel moderado de ($r=0.525$), por tanto se acepta la hipótesis específica 1 H1.

Hipótesis específica 2:

H1: El cuidado del medioambiente si incide significativamente en la exportación de quinua al mercado de los Estados Unidos de América – California por las principales empresas del Perú.

Ho: El cuidado del medioambiente no incide significativamente en la exportación de quinua al mercado de los Estados Unidos de América – California por las principales empresas del Perú.

Cuadro 43

Correlación entre Cuidado del medioambiente y exportación

		Medio_ambiente	Exportación
Rho de Spearman	Medio_ambiente	Coeficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	,415**
		N	33
	Exportación	Coeficiente de correlación	,415**
		Sig. (bilateral)	1.000
		N	33

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Dado que el valor de sig.=0,001 es menor que el nivel de confianza $\alpha= 0,01$; se rechaza la hipótesis nula Ho y se concluye que el cuidado del medioambiente incide significativamente en la exportación de quinua al mercado de los Estados Unidos de América – California por las principales empresas del Perú; siendo esta relación de nivel moderado de ($r=0.415$), por tanto se acepta la hipótesis específica 2 H1.

Hipótesis específica 3:

H1: Si las condiciones del comercio son justas entonces influirá significativamente en la exportación de quinua al mercado de los Estados Unidos de América – California por las principales empresas del Perú.

Ho: Si las condiciones del comercio son justas entonces no influirá significativamente en la exportación de quinua al mercado de los Estados Unidos de América – California por las principales empresas del Perú.

Cuadro 44

Correlación entre comercio justo y exportación

		COMERCIO JUSTO	EXPORTACION
Rho de Spearman	COMERCIO JUSTO	Coeficiente de correlación	1
		Sig. (bilateral)	0,268
		N	33
	EXPORTACION	Coeficiente de correlación	0,268
		Sig. (bilateral)	0,334
		N	33

Dado que el valor de sig. =0,334 es mayor que el nivel de confianza $\alpha = 0,01$; se rechaza la hipótesis alterna H1 y se acepta la Hipótesis nula donde se concluye que pese a que las condiciones del comercio son justas entonces no influye de manera significativa en la exportación de quinua al mercado de los Estados Unidos de América – California por las principales empresas del Perú, debido a que presenta un nivel de correlación bajo de ($r=0.268$) que corresponde a una relación directa de tipo positivo.

4.3. Presentación de resultados:

A continuación se detallan los resultados agrupados de ambas variables en su conjunto:

Cuadro 45

Tendencias del consumo y exportación de quinua al mercado de los Estados Unidos de América – California (agrupado)

			EXPORTACIONES (agrupado)		Total		
			REGULAR	ALTO			
TENDENCIAS DE CONSUMO (agrupado)	REGULAR	Frecuencia	5	3	8		
		% del total	17,10%	8,60%	25,70%		
	ALTO	Frecuencia	0	25	25		
		% del total	0,00%	74,30%	74,30%		
		TOTAL		% del total	17,10%	82,90%	100,00%

Nota. Información obtenida en base a los datos del cuestionario de tendencias del consumo y exportación al mercado de los EE.UU.

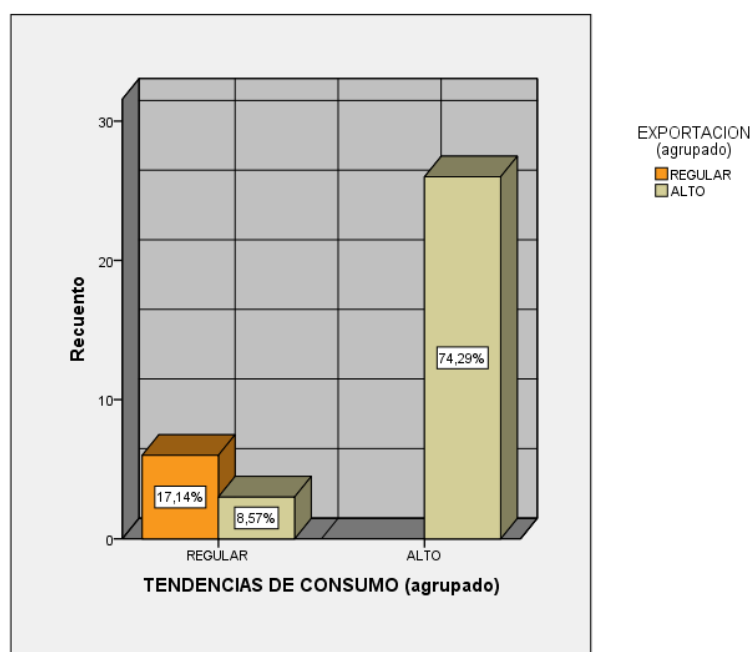


Figura 33. Niveles de percepción de tendencia de consumo y exportación

En el cuadro N° 45 y figura 33; se evidenció que un 74.29% de empresas opinan que existe un nivel alto de influencia entre ambas variables y un 17.14% consideraron un nivel regular en cuanto a la tendencia del consumo y

también un nivel regular las exportaciones; finalmente solo un 8.57% perciben una relación media entre ambas variables.

Muestra de este alto nivel de influencia de las tendencias de consumo sobre las exportaciones, es que en los últimos años se ha elevado los envíos de quinua de una manera exponencial especialmente durante los años 2014 al 2017 se tuvieron exportaciones superiores a EE.UU. y otros países del mundo frente a años anteriores en cuanto a volúmenes y valor FOB de exportación de la quinua peruana.

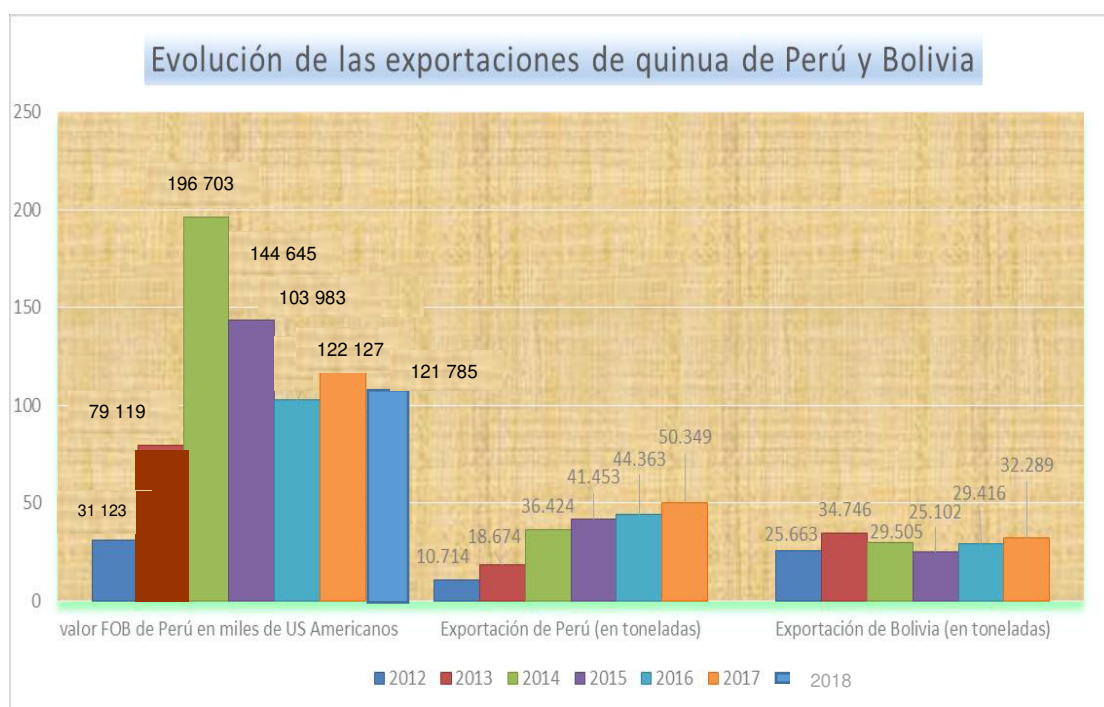


Figura 34. Evolución de la exportación de quinua “Chenopodium quinoa” de Perú y Bolivia, periodo 2012-2018. Partida arancelaria N° 1008.50 en valor FOB y volumen (US dólares- toneladas). Fuente: Trade Map/ AgrodataPerú/La Razón.

En la figura 34 se observa que a partir del año 2014 en adelante el Perú tuvo el liderazgo de las exportaciones en toneladas respecto al también productor por excelencia Bolivia siendo este crecimiento cada año superior.

Sin embargo sucede que el crecimiento del volumen exportado fue inverso al valor FOB de los envíos de Perú en el periodo 2014 al 2016, esto originado por la disminución de los precios internacionales que se mantuvo en descenso afectando el precio de quinua en los años 2015 al 2017, mejorando ligeramente el valor unitario para el año 2018 en \$ 2.43 dólares americanos por kilogramo, con un volumen exportado de 50 069 279 kg. (Trade Map, 2019)

4.4. Discusión de resultados:

De los resultados antes expuestos se puede mencionar que las tendencias del consumo de la quinua han influido en la exportación al mercado de los Estados Unidos de América – California por las principales empresas exportadoras de quinua de Perú durante el periodo 2013-2018. Principalmente en relación a los indicadores de alimentación saludable y cuidado del medioambiente que son tendencias crecientes a nivel mundial en los últimos tiempos.

Se coincide con Castellanos, Fúquene y Ramírez (2011) respecto a que el término tendencia no se limita solamente al estudio de los mercados financieros, debido a que es un patrón de comportamiento de los elementos en un tiempo y entorno específico; así también López (2015) y Córdoba-Mendiola (2009), describieron que las tendencias son señales que emergen en el espacio que nos rodea durante un periodo, prediciendo cambios en los ámbitos culturales y de consumo, marcando una orientación y un propósito; en efecto estas tendencias nos permite evaluar acontecimientos pasados y proyectarnos o anticiparnos para eventos futuros.

Múltiples autores como Vera (2015), los hermanos Suca (2008) entre otros, suelen referirse a la quinua como uno de los mejores cereales del mundo, sin embargo el Dr. Mujica (2004) refuta que la quinua sea un cereal y mucho menos un pseudo cereal explicando que la quinua es un grano por sus características botánicas, anatómicas y fisiológicas. Por su parte el Ministerio de Economía y Finanzas, Ministerio de Agricultura y Riego y Sierra Exportadora (2016) la consideró como una semilla de alto valor nutritivo.

En ese sentido Kamiya, Ridia y Torres (2014) en el estudio que realizaron sobre exportación de quinua y derivados a Estados Unidos, llegaron a la conclusión que existen dos segmentos de mercado estadounidense que consumen quinua; el primero orientado a la tendencia de consumo de alimentos sanos y nutritivos, lo que se confirma con los resultados de la presente investigación obtenidos en los cuadros N°17 y 19 y las figuras N°09 y 11 en donde la mayoría de los encuestados consideró un nivel alto del consumo de quinua hacia una alimentación saludable con un 58% y por sus

propiedades nutricionales un 70%. El segundo segmento orientado a la tendencia de consumo por los beneficios para la salud, comprendido por personas celiacas que tienen problemas digestivos con las harinas clásicas debido al gluten que poseen, concordando con los resultados mostrados en el cuadro N°18 y figura N°10 donde un 79% consideró de nivel regular su consumo en base a los beneficios de este producto para la salud. Vera (2015), Changa (2015), Galindo (2015) y numerosos autores también lo consideraron como uno de los principales motivos por los cuales se da esta tendencia.

De la misma forma, Caravedo (2017) analizó la exportación de quinua a California - Estados Unidos concluyendo que es un mercado atractivo para la venta de productos en base a quinua debido a que el consumo de alimentos orgánicos, libres de gluten y fortificados va en aumento cada vez más, representando alrededor de 4% del consumo total de alimentos en ese país donde mensualmente la ingesta de granos completos por persona representa 288 gramos aproximadamente.

Adicionalmente Urrutia (2019) consideró que la tendencia de consumo de las nuevas generaciones evoluciona hacia la alimentación saludable, libre de químicos que no dañen el medio ambiente; tendencia que continua incrementándose debido a la toma de conciencia de la importancia que engloban estos aspectos, promoviendo un consumo más responsable del producto, surgiendo los consumidores ecológicos o verdes como señala Chamorro (2001); es así que los resultados obtenidos se ajustan a la existencia de una tendencia creciente que prefiere los productos orgánicos como se aprecia en la página N°112 además de una importante tendencia hacia el cuidado del medio ambiente como se aprecia en el cuadro N°22 y figura N°14 con un nivel regular de 73%.

Peña (2007) expuso que un 85% de quinua orgánica lo provee Bolivia y Perú al mundo, existiendo una demanda en expansión con un crecimiento continuado de venta de productos orgánicos debido a las bondades del milenar grano andino, en donde los principales consumidores de productos orgánicos son los pobladores de Estados Unidos de América en un 51% lo que va en relación con los resultados obtenidos en el cuadro N°23 y figura N°15 que evidencia que el 42% consideró un alto nivel de incremento en el

consumo de quinua orgánica y el 58% un nivel regular. Asimismo, mencionó que estamos frente a una creciente generación de consumidores conscientes de aspectos sanitarios, contextos medio ambientales, sustentabilidad, consumo de productos étnicos vinculados al Comercio Justo; lo que se ratifica con los resultados obtenidos de las páginas N°114 al 116 de la presente tesis.

Por otra parte, Salcines reveló como resultado de su encuesta, que la compra de quinua tiene como destino principal Norteamérica y lo realizan en su mayoría las mujeres quienes deciden en función de ciertas variables de marketing; este primer aspecto es reforzado por Muñoz (2014) quien concluyó en su investigación que la demanda de quinua en Estados Unidos tiene una tendencia creciente y progresiva, donde cada vez mas cantidad de población la consume; es así que se ha demostrado con el resultado expuesto en el cuadro N°15 y la figura N°07 que el 74% de las empresas percibieron que existe un alto nivel de tendencia de consumo de quinua en el citado país, así como se ratifica con la evolución ascendente del volumen de exportación de la quinua peruana y también boliviana, con cifras superiores a partir del año 2013 en adelante, siendo el año 2014 el que registró mayores importes en valor FOB y el año 2018 fue superior en volumen enviado respecto a los años anteriores (ver figura N°34).

Complementando a lo publicado por Muñoz (2014), la quinua al ser uno de los alimentos más completos, forma parte de los hábitos de consumo de las personas que buscan cuidar su salud y mejorar su nutrición; sin embargo existen adicionalmente otros motivos que se estudiaron en la presente tesis obteniendo que el 64% de los encuestados percibieron que su consumo se atribuye a razones de identidad cultural para mantener su costumbre, cultura y tradición porque se encuentran alineados con la tendencia de revalorar sus productos originarios.

Organismos Internacionales como la OIT (2015) y diversos autores están de acuerdo en que hubo un incremento exponencial en las exportaciones de quinua a partir del año 2013, debido en gran parte a que fue declarado como el “Año Internacional de la Quinua” por la Asamblea General de las Naciones Unidas, sumado a la política comercial de apertura, políticas de fomento, política arancelaria y TLC como se muestra en las páginas N° 118 al 125,

situó al Perú en la mira de varios mercados internacionales, siendo actualmente calificado como el primer país exportador del grano de quinua desde el año 2014; considerado por Proaño (2011) como el país que posee mayores rendimientos por hectárea haciéndolo atractivo al principal importador y a más destinos externos.

Chinchay (2014) en el estudio de tipo descriptivo no experimental que realizó sobre la exportación de la quinua al mercado de Estados Unidos, analizó cinco principales empresas exportadoras de quinua del Perú, obteniendo como resultado que la exportación de quinua evolucionó principalmente con destino al mercado de EE.UU. debido a las propiedades de la quinua; es así que la comercialización al mercado norteamericano durante los últimos años ha tenido una tendencia creciente pese a la crisis mundial, además el sector exportador peruano ha logrado ampliar sus mercados y productos gracias a la influencia del Tratado de Libre Comercio- TLC con EE.UU. que confirió una ventaja frente a los otros países exportadores debido a las preferencias arancelarias tal como lo reporta el cuadro N°32 y figura N° 24 con un nivel alto de 88% que consideraron que los acuerdos comerciales como el TLC influyó en la exportación de quinua a EE.UU. en el periodo de estudio.

En virtud a ello, Huamán (2015) determinó que si bien el Perú se ha ubicado en el primer lugar como productor y exportador de quinua a diferentes destinos del mundo por su competitivo sistema logístico, es EE.UU. el principal demandante del referido alimento, no obstante las personas que consumen quinua al interior del país se muestran poco interesadas respecto a características de valor agregado del producto, debido a que mayormente compran quinua a granel. Cabe señalar que el consumo per cápita promedio de los años 2016 al 2018 es 1.82 kg por persona en nuestro país, mientras que en Bolivia el consumo es superior a 2,5kg por persona; por ello es importante fortalecer su difusión y promoción.

Por otro lado, se discrepa con los resultados que mostraron Falcón y Riveros (2011) en su investigación cualitativa de diseño exploratorio, quienes concluyeron que a causa de factores como la escasa asociatividad y poca difusión de las exportaciones por parte del Gobierno de Perú no se ha obtenido el mismo posicionamiento que Bolivia en el mercado internacional

por muchos años, es decir que la promoción a las exportaciones de quinua peruana resultó insuficiente para posicionarse en el mercado externo a diferencia de los productores bolivianos que organizados y con ayuda del Estado han logrado que la quinua sea reconocida como producto bandera. En oposición a ello, en el presente trabajo los encuestados percibieron que las políticas de fomento de las exportaciones de quinua del Perú al país receptor fue de nivel regular con un 88% según el cuadro N°33 y figura N°25, pese a ello se sugiere continuar los esfuerzos de difusión con políticas adecuadas fortaleciendo la marca Perú.

Sobre el transporte internacional, se contrastó la información presentada por MINCETUR y se ratifica que el transporte marítimo permite desarrollar el comercio exterior en gran escala y a un costo relativamente económico en comparación con los otros medios de transportes; en consecuencia se obtuvieron como resultados que la gran mayoría de encuestados consideraron que el transporte internacional es parte fundamental de la cadena logística e incide en la exportación, de los cuales se tiene un nivel alto de 64% que opinan que el transporte marítimo es el medio más utilizado, eficiente y menos costoso para las exportaciones de quinua. Mientras que el 76% percibió al transporte aéreo como el medio más costoso y menos empleado para las exportaciones de quinua a diferencia del 85% que consideró al transporte terrestre como medio ideal para el traslado interno de la quinua de las regiones a los puertos o aeropuertos así como al interior del país de destino.

Finalmente queda demostrado lo difundido por la FAO (2011) respecto a que los consumidores de Norteamérica presentan una tendencia de mayor interés principalmente hacia el cuidado de la salud y el medioambiente y por este motivo al incrementarse el consumo de alimentos que cumplan con estas características como es el caso de la quinua, se ve directamente favorecida la exportación hacia el destino antes señalado; sin embargo la tendencia hacia el comercio justo no presentó un impacto tan relevante respecto a las razones por las que se consume el producto según los resultados obtenidos en las páginas N°114 y 115. Asimismo queda abierta la posibilidad de desarrollar nuevas líneas de investigación sobre éste y otros temas que contribuyan al conocimiento en general.

CONCLUSIONES

- a) Se ha demostrado que las tendencias del consumo de la quinua generan influencia significativa de nivel alto con 72.7% para la exportación al mercado de los Estados Unidos de América – California por las principales empresas exportadoras de quinua de Perú en el periodo 2013-2018.
- b) Se ha determinado que la tendencia hacia una alimentación saludable influye significativamente en la exportación de quinua al mercado de los Estados Unidos de América – California por las principales empresas del Perú en el periodo de estudios, siendo esta relación de nivel moderado alto con un 57% que consideran una alta tendencia de consumo debido a dicho factor.
- c) Se ha identificado que la tendencia hacia el cuidado del medioambiente incide significativamente en la exportación de quinua debido a que se evidenció que una gran mayoría de 72.73% de los encuestados percibieron niveles regulares de influencia entre el cuidado del medioambiente y la exportación de quinua por las principales empresas exportadoras desde Perú hacia el país receptor en el periodo 2013-2018, relación de nivel moderado bajo.
- d) Se ha determinado que pese a que se tiene una relación positiva directa no existe influencia significativa entre el Comercio Justo y la exportación de quinua al mercado de los Estados Unidos percibido por las empresas exportadoras hacia el país receptor, con un nivel de correlación bajo de ($r=0.268$).

RECOMENDACIONES

- a) Se recomienda realizar mayores investigaciones respecto a las últimas tendencias de consumo de la quinua y fomentar en la población en general su incorporación a su dieta habitual que conllevará al incremento del volumen y valor de las exportaciones que acompañados de la política de apertura comercial, arancelaria y planes estratégicos se fortalezca en mayor medida la exportación al mercado de los Estados Unidos de América y se logre la expansión hacia nuevos mercados internacionales.
- b) Se considera de gran importancia incentivar a las personas a tener una alimentación saludable a través del conocimiento de las propiedades nutricionales de la quinua, así como continuar con la costumbre, cultura y tradición; consumiendo en diferentes platillos aprovechando su versatilidad y las diversas presentaciones que vienen ofreciendo en el mercado que finalmente se reflejará en beneficios para la buena salud de la población.
- c) Respecto al cuidado del medioambiente se recomienda continuar con el cultivo de quinua orgánica en zona andina y quinua convencional en zona costera que cumplan con los estándares solicitados, para ello el Estado peruano se preocupe por brindar asistencia técnica, tecnológica y financiera a los productores de quinua.
- d) Se recomienda desarrollar más conciencia en los consumidores de alimentos respecto a la compra de productos enmarcados en el Comercio Justo debido a que se promueven los valores sociales y económicos generando mayores ganancias a los productores contribuyendo al desarrollo de su comunidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, D., Cárdenas, J. y Morales, M. (2013). *Estudio de factibilidad de exportación de quinua elaborada como alimento* (Trabajo de Grado). Colegio Mayor Nuestra Señora Del Rosario, Bogotá.
- ALADI - FAO. (2014). *Tendencias y Perspectivas del Comercio Internacional de la Quinoa*. Santiago de Chile: Publicado por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.
- Apaza, V., Cáceres, G., Estrada, R. y Pinedo, R. (2013). *Catálogo de variedades comerciales de quinua en el Perú*. Lima: MINAGRI-INIA- FAO.
- Barrantes, L. (2010). Proceso logístico de exportación. Recuperado el 25 de diciembre de 2017, desde <http://www.prompex.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=A2EAD105-7AEB-41E0-9907-9BF7A110A556.PDF>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. Tercera edición. Colombia: Pearson Educación.
- Caldas, D. (2004). *Observatório de Sinais: Teoria e prática da pesquisa de tendencias*. Sao Paulo: E-Odes.
- Caravedo, L. (2017). *Exportación de harina de quinua a California, Estados Unidos*. (Trabajo de investigación para optar el Título Profesional de Licenciado en Negocios Internacionales). Universidad de Lima, Lima.
- Carrasco, R. (1988). *Cultivos Andinos Importancia nutricional y posibilidades de procesamiento*. Cusco: Centro de Estudios Rurales Andinos "Bartolomé de Las Casas".
- Castellanos, O., Fúquene, A. y Ramírez, D. (2011). *Análisis de tendencias: de la información hacia la innovación*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Centro de escritura Javeriano (Ed.). (2013). Normas APA. Cali, Colombia: Pontificia Universidad Javeriana. Recuperado de: <http://portales.puj.edu.co/ftpcentroescritura/Recursos/Normasapa.pdf>
- Chacchi, K. (2009). *Demanda de la Quinoa (Chenopodium quinoa Willdenow) a Nivel Industrial* (Tesis para optar el grado de Magister Scientiae). Universidad Nacional Agraria La Molina, Lima.
- Chamorro, A. (2001). *Marketing ecológico; sí, marketing ecológico*. Extremadura: Puertas a la Lecturas.
- Changa, M. (2015). *Oportunidad de negocio en el mercado estadounidense para incrementar las exportaciones de quinua peruana periodo 2016 –*

- 2020 (Tesis para obtener el título profesional de Administrador en Negocios Internacionales). Universidad Privada del Norte, Trujillo.
- Chávez, B. (2017). *Tu consumo puede cambiar el mundo: El poder de tus elecciones, responsables, conscientes y críticas*. Madrid: Península Atalaya.
- Chinchay, J. (2014). *Exportación de la quinua al mercado de Estados Unidos en el periodo 2004-2013* (Tesis para obtener el título de licenciada en negocios internacionales). Universidad César Vallejo, Lima.
- CONSUMER. (2010). El comercio justo beneficia cinco veces más a los productores. Recuperado el 01 de julio de 2018, desde <http://www.consumer.es/web/es/solidaridad/2010/12/17/197841.php>
- Córdoba-Mendiola, D. (2009). *Coolhunting: Cazar y gestionar las tendencias que mueven el mundo*. Barcelona: Gestión 2000.
- Diario Correo. (2015). Quinua devuelta, mal antecedente en exportaciones. Recuperado el 15 de febrero de 2016, desde <https://diariocorreo.pe/opinion/quinua-devuelta-mal-antecedente-en-exportaciones-614044/>
- Diario del Exportador. (2018). Modos y medios de transporte para la importación y exportación. Recuperado el 17 de mayo de 2019, desde <https://www.diariodelexportador.com/2017/08/modos-y-medios-de-transporte-para-la.html>
- Dirección General de Políticas Agrarias [DGPA]. (2017). *Análisis Económico de la Producción Nacional de la Quinua*. Lima: MINAGRI.
- Dye, T. (2008). *Entendiendo las políticas públicas*. 12ava edición. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Falcón, R. y Riveros, E. (2011). *Análisis comparativo de las exportaciones de quinua de Perú y Bolivia, 2005-2010* (Tesis para optar el Título profesional de Licenciado en Administración de Negocios Internacionales). USMP, Lima.
- FAO (2010). *Guía Metodológica para la enseñanza de la alimentación y nutrición*. Tegucigalpa: Secretaría de Educación.
- FAO (2011). *La quinua: cultivo milenario para contribuir a la seguridad alimentaria mundial*. Lima: Oficina Regional para América Latina y el Caribe.
- Ferradas, L. y Flores, J. (2015). *Estudio descriptivo del Tratado de Libre Comercio para mejora de la factibilidad de exportación de quinua orgánica a los Estados Unidos, ventajas y desventajas en el año 2015* (Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración). Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo.

- Galindo, G. (2015). *Hábitos de consumo de frutas y hortalizas en personas de 15 a 39 años, habitantes de Bogotá* (Tesis presentada como requisito parcial para optar al título de Magister en Ciencias Agrarias). Universidad Nacional de Colombia, Bogotá.
- Globally Cool - International Business Made Easy. (2016). *La búsqueda de la quinua: Una mirada hacia los mercados presentes y futuros*. CTB Trade for Development.
- Gómez, M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Córdoba: Brujas.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ª edición). México: McGRAW-HILL.
- Hogan, T. (2004). *Pruebas psicológicas: Una introducción práctica*. México: Manual Moderno.
- Huamán, N. (2015). *Logística externa de exportación de Quinoa. Estudio comparativo entre Perú y Bolivia* (Trabajo realizado para optar el título de especialista en el Área Agronegocios y Alimentos). Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- Hurtado, C. (2005). *Geografía del Tahuantinsuyo y su trascendencia*. Lima: Juan Gutemberg Editores-impresores.
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (2015). *Análisis Sectorial -Quinoa 2015*. Guayaquil: PRO ECUADOR.
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura [IICA]. (2015). *El mercado y la producción de quinua en el Perú*. Lima: IICA.
- Instituto Nacional de Consumo [INC]. (2000). *Las Tendencias del consumo y del consumidor en el siglo XXI*. Madrid: Ministerio de Sanidad y Consumo.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2014). *Compendio Estadístico Perú 2014*. Lima: INEI.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2014). Notas de Prensa. Recuperado el 16 de abril de 2018, desde <https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/>
- Kamiya, N., Ridia, N. y Torres, P. (2014). *Plan de exportación de quinua y derivados con destino a Estados Unidos* (Tesis para optar el grado de magíster en administración de empresas). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima.
- Krugman, P., Obstfeld, M. y Melitz, M. (2012). *Economía Internacional. Teoría y política*. 9na.edición. Madrid: PEARSON EDUCACION S.A.
- Laguna, P. (2003). *La Cadena Global de la Quinoa: un reto para la Asociación Nacional de Productores de Quinoa*. Universidad Mayor de San Simón, Cochabamba.

- López, M. (2015), *The intelligence of the trends: Definiendo el campo metodológico para el estudio de las tendencias sociales y de consumo*. Universidad de Murcia, Murcia.
- Mc Donnell, P. y Yáñez, M. (2008). *Alimentos orgánicos: ¿Qué es lo que busca el consumidor verde?* (Tesis para optar el título de Ingeniero Comercial con mención en Administración). Universidad de Chile, Santiago.
- Mina, D. (2014). *Evaluación Agronómica de Líneas F5 de Quinoa (Chenopodium quinoa Willd.) en dos localidades de la serranía. Ecuador* (Tesis de grado previa a la obtención del Título de Ingeniero Agrónomo). Universidad Central del Ecuador, Quito.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Recuperado de <https://www.mincetur.gob.pe>
- Ministerio de Agricultura y Riego [MINAGRI]. (2015). *Quinoa Peruana Situación Actual y Perspectivas en el Mercado Nacional e Internacional al 2015*. Lima: MINAGRI.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR]. (2006). *Plan Operativo de la Quinoa Región Puno*. Lima: MINCETUR.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR]. (2015). *Guía de Orientación al Usuario del Transporte Acuático*. Lima: MINCETUR.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR]. (2015). *Guía de Orientación al Usuario del Transporte Aéreo*. 2da Edición. Lima: MINCETUR.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR]. (2015). *Guía de Orientación al Usuario del Transporte Terrestre*. 2da Edición. Lima: MINCETUR.
- Ministerio de Economía y Finanzas, Ministerio de Agricultura y Riego y Sierra Exportadora. (2016). *Pauta metodológica para la elaboración de planes de negocios de la quinoa en el marco de la Ley PROCOMPITE*. Lima: MEF.
- Mujica, A., Ortiz, R., Bonifacio, A., Saravia, R., Corredor, G. y Romero, A. (2006). *Proyecto Quinoa: Cultivo multipropósito para los Países Andinos*. Lima: PNUD.
- Mujica, A. (1994). *Andean grains and legumes*. In: Bermejo JEH, Leon, J. (eds) *Neglected crops: 1492 from a different perspective*. Plantproduction and protection. FAO. Rome.
- Mujica, A. (2004). *La quínoa Indígena, Características e historia*. In: La Kinwa Mapuche, Recuperación de un Cultivo para la Alimentación (Eds J. Sepúlveda, M. Thomet I., P. Palazuelos F. & A. Mujica). Chile: Fundación para la Innovación Agraria, Ministerio de Agricultura.

- Muñoz, L. (2014). *Plan de negocios para la exportación de quinua hacia Estados Unidos durante el periodo 2013-2023* (Tesis con motivo de obtener el título de Ingeniera en Comercio Exterior, Integración y Aduanas). Universidad Tecnológica Equinoccial, Quito.
- Organización Internacional del Trabajo [OIT]. (2015). *Análisis de la cadena de valor en el sector de la quinua en Perú: Aprovechando las ganancias de un mercado creciente a favor de los pobres*. Ginebra: OIT.
- Organización Mundial del Comercio Justo o World Fair Trade Organization [WFTO], Definición. Recuperado el 27 de octubre de 2018, desde <https://www.wfto-la.org>
- Peña, X. (2007). *Perfil del mercado de la quinua*. La Paz: Cámara de Exportadores de la Paz CAME.
- Portugal, J. (2017). *Las saponinas en la alimentación funcionan como un antinutriente*. *Deporte y Vida*. Recuperado el 20 de enero de 2019, desde https://as.com/deporteyvida/2017/09/19/portada/1505799460_517036.html
- Proaño, D. (2011). *Plan de exportación de la Quinua Ecuatoriana al mercado de los Estados Unidos para las Asociaciones de Productores en la Provincia de Cotopaxi* (Trabajo de titulación para obtener el título de Tecnólogo en Exportaciones e Importaciones). Universidad de Las Américas, Quito.
- PROMPERU. Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. (2015). *Guía de Requisitos de Acceso de Alimentos a los Estados Unidos*. Recuperado el 23 de diciembre de 2018, desde <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/1025163015radB52B3.pdf>
- Real Academia Española [RAE]. (2018). Definición. Edición Tricentenario. Recuperado el 02 de febrero de 2019, desde <https://dle.rae.es/>
- Rodríguez, E. (2005). *Metodología de la Investigación: La creatividad, el rigor del estudio y la integridad son factores que transforman al estudiante en un profesionalista de éxito*. México: Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
- Salcines, F. (2009). *Cadena Agroalimentaria de la Quinua y la Maca Peruana y su Comercialización en el Mercado Español* (Tesis para optar el grado de Doctor). Universidad Politécnica de Madrid, Madrid.
- Segura, A. y García, J. (2004) Perú: Análisis del Impacto de la Apertura Comercial sobre la Pobreza y la Desigualdad. Capítulo 17 .Recuperado el 15 de mayo de 2017, desde <http://www.fao.org/tempref/AG/Reserved/PPLPF/Docs/Saule/Peru/CGE%20for%20Peru.pdf>

- SIICEX. (2019). Reporte: Exportación del producto quinua según sus principales presentaciones en kg 2014 - 2019. Recuperado el 10 de febrero de 2019, desde <http://www.siicex.gob.pe/siicex/apb/ReporteProducto.aspx?psector=1025&preporte=prodpresvolu&pvalor=1943>
- Suca, F. y Suca, C. (2008). *Competitividad de la Quinua: Una Aplicación del Modelo de Michael Porter*. Lima: EUMED.
- Tamayo, M. (1997). *El análisis de las Políticas Públicas*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Trade Map. (2019). Reporte: Exportación quinua de Perú hacia el mundo y a EE.UU. periodo 2012-2018. Recuperado el 15 de marzo de 2019, desde <https://www.trademap.org>
- Uhle, M. (1919). *La arqueología de Arica y Tocta*. Quito: Sociedad Ecuatoriana de Estudios Históricos.
- Urrutia, G. (2019). Estrategia para la diversificación y sofisticación de la oferta exportable de alimentos de Chile. *Libro de Resúmenes - VII Congreso Mundial de la Quinua y Otros Granos Andinos*. 1ra. Edición, p. 152.
- Vázquez, R. (2017). Tendencia bursátil. *Economipedia*. Recuperado el 01 de julio de 2017, desde <https://economipedia.com/definiciones/tendencia-bursatil.html>.
- Vega-Galvez, A., Miranda, M., Vergara, J., Uribe, E., Puente, L. and Martinez, E. (2010). *Nutrition facts and functional potential of quinoa (Chenopodium quinua willd.)*, an ancient Andean grain: a review. *J. Sci.Food Agric.* DOI 10.1002/jsfa.4158.
- Vejlgaard, H. (2008). *Anatomía de una tendencia: Una mirada fascinante a los patrones de su origen*. México: McGraw-Hill.
- Véliz, C. (2011). *Estadística para la administración y los negocios*. Ciudad de México: Pearson Educación.
- Vera, J. (2015). *Proyecto de prefactibilidad para la exportación de quinoa hacia Estados Unidos periodo 2010-2014* (Tesis para optar el título de Economista). Universidad de Guayaquil, Santiago de Guayaquil.
- Zevallos, M. (2018). *Análisis de impacto de las exportaciones peruanas de quinua durante el periodo 2000-2016* (Trabajo de investigación para optar el Grado Académico de Bachiller en International Business). Universidad San Ignacio de Loyola, Lima.
- Zhu, N., Sheng, S., Sang, S., Jhoo, J., Bai, N., Karwe, M., Rosen, R. and Ho, C. (2002). *Triterpene saponins from debittered quinoa (Chenopodium quinua) seeds*. *Journal of Agricultural and Food Chemistry*.

ANEXOS

Anexo 1 Matriz de consistencia

TÍTULO: “Análisis de las tendencias del consumo de la quinua y exportación al mercado de los Estados Unidos de América – California por las principales empresas del Perú, periodo 2013 - 2018”

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES E INDICADORES	METODOLOGÍA
¿Cómo las tendencias del consumo de la quinua influyen en la exportación al mercado de los Estados Unidos de América – California por las principales empresas del Perú?	Analizar si las tendencias del consumo de la quinua influyen en la exportación al mercado de los Estados Unidos de América – California por las principales empresas del Perú.	Las tendencias del consumo de la quinua si influyen significativamente en la exportación al mercado de los Estados Unidos de América – California por las principales empresas del Perú.	Variable Independiente: X: Tendencias del consumo Indicadores: x ₁ : Alimentación saludable x ₂ : Cuidado del medioambiente x ₃ : Comercio justo	Tipo de la Investigación: Aplicada Diseño de la Investigación: No experimental Unidad de análisis: Consumidores de la quinua Población: Funcionarios y trabajadores de las principales empresas exportadoras de quinua en Perú
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS		
¿De qué manera la alimentación saludable influye en la exportación de quinua al mercado de los Estados Unidos de América – California por las principales empresas del Perú?	Determinar si la alimentación saludable influye en la exportación de quinua al mercado de los Estados Unidos de América – California por las principales empresas del Perú	La alimentación saludable si influye significativamente en la exportación de quinua al mercado de los Estados Unidos de América – California por las principales empresas del Perú.	Variable Dependiente: Y: Exportación Indicadores:	

¿Cómo el cuidado del medioambiente incide en la exportación de quinua al mercado de los Estados Unidos de América – California por las principales empresas del Perú?	Identificar si el cuidado del medioambiente incide en la exportación de quinua al mercado de los Estados Unidos de América – California por las principales empresas del Perú	El cuidado del medioambiente si incide significativamente en la exportación de quinua al mercado de los Estados Unidos de América – California por las principales empresas del Perú.	<p>y₁: Política comercial de apertura</p> <p>y₂: Política arancelaria</p> <p>y₃: Transporte</p> <p>Variable Interviniente:</p> <p>Principales empresas exportadoras de quinua del Perú</p>	<p>Muestra: Parte de la población seleccionada</p> <p>Selección de la muestra: Establecida de forma aleatoria simple</p> <p>Técnicas de recolección de datos: Encuestas y análisis documental.</p>
¿En qué medida el comercio justo influye en la exportación de quinua al mercado de los Estados Unidos de América – California por las principales empresas del Perú?	Conocer si el comercio justo influye en la exportación de quinua al mercado de los Estados Unidos de América – California por las principales empresas del Perú	Si las condiciones del comercio son justas entonces influirá significativamente en la exportación de quinua al mercado de los Estados Unidos de América – California por las principales empresas del Perú.		

Anexo 2 Matriz de operacionalización

Título: “Análisis de las tendencias del consumo de la quinua y exportación al mercado de los Estados Unidos de América – California por las principales empresas del Perú, periodo 2013 - 2018”

PROBLEMAS	DEFINICION TEORICA	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	Técnicas e Instrumentos
PRIMERA VARIABLE V1: TENDENCIAS DEL CONSUMO DE QUINUA	Según la FAO (2011)... “Los consumidores de Norte América y Europa presentan una tendencia de mayor interés hacia el cuidado de la salud, el ambiente y la equidad social. En este sentido los nichos del mercado orgánico y del comercio justo ofrecen interesantes alternativas y mejores precios al productor...”. (p.2)	El autor considera que la población de Estados Unidos muestra una tendencia al consumo de alimentos nutritivos, orgánicos naturales, que contribuyan a la buena salud cuidando el medioambiente que a su vez permita la equidad social beneficiando al productor al tener mejores opciones y precios y mayores ingresos económicos.	Alimentación saludable	Cuidado de la salud	Encuesta y Cuestionario tipo Lickert
				Propiedades nutricionales	
				Costumbre, cultura y tradición	
				Versatilidad en la preparación	
				Presentaciones para exportación	
			Cuidado del medioambiente	Quinua orgánica	
				Adaptabilidad del cultivo	
				Variedad genética	
			Comercio Justo	Certif. y condiciones comerciales	
				Valores sociales	
				Valores económicos	
SEGUNDA VARIABLE V2: EXPORTACION	Krugman, Obstfeld y Melitz (2012) el comercio mundial permite a los países establecer relaciones de intercambio de bienes y servicios para cubrir sus necesidades. Los países en desarrollo han optado por una política comercial caracterizada hacia un comercio más libre con reducción de aranceles, eliminación de cuotas a la importación, entre otros.	El autor considera al comercio mundial como la compraventa de bienes y servicios entre economías externas para satisfacer sus necesidades; haciendo uso de políticas comerciales de apertura que han adoptado principalmente los países en vías de desarrollo.	Política Comercial de apertura	Acuerdos Comerciales	Encuesta y Cuestionario tipo Lickert
				Políticas públicas de fomento a las exportaciones	
			Política Arancelaria	Reducción de aranceles	
				Modificación de la estructura arancelaria	
			Transporte	Marítimo	
				Terrestre	
				Aéreo	

FUENTE: La investigadora

Anexo 3

PRINCIPALES EMPRESAS EXPORTADORAS DE QUINUA DEL PERÚ

Nº	RUC	EMPRESA EXPORTADORA DE QUINUA	% PARTICIP.
1	20465976561	ALISUR S.A.C.	12%
2	20601451124	INVERSIONES ANDINAS J & V S.A.C.	7%
3	20545376033	COLOREXA S.A.C.	7%
4	20494626897	SOLUCIONES AVANZADAS EN AGRONEGOCIOS WIRACCOCHA DEL PERÚ S.A.C.	6%
5	20382056681	GLOBENATURAL INTERNACIONAL S.A.	6%
6	20552256647	AGRO FERGI S.A.C.	5%
7	20515405900	VILLA ANDINA S.A.C.	5%
8	20538176967	APLEX TRADING S.A.C.	4%
9	20109714039	INTERLOOM S.A.C.	3%
10	20504065121	VINCULOS AGRICOLAS S.A.C.	3%
11	20549227369	ANDES ALIMENTOS Y BEBIDAS S.A.C.	3%
12	20510874456	AVENDAÑO TRADING COMPANY S.A.C.	3%
13	20552279345	AGRITRADE S.A.C.	2%
14	20601903866	AGROINVERSIONES DE EXPORTACION SUR S.A.C.	2%
15	20491855020	INTERAMSA AGROINDUSTRIAL S.A.C.	2%
16	20601576962	PRODUCTOS ORGANICOS DE LOS ANDES S.A.	2%
17	20506984671	GRUPO ORGANICO NACIONAL S.A.	2%
18	20537674602	DE GUSTE GROUP S.A.C.	2%
19	20600025270	PRAC AGRIBUSINESS S.A.C. PRACAB S.A.C.	2%
20	20600604024	INDUSTRIAL INAEXPO PERU S.A.	1%
21	20517686639	BROLEM COMPANY S.A.C.	1%
22	20512896252	OLAM AGRO PERÚ S.A.C.	1%
23	20600687094	BIO GOODS E.I.R.L.	1%
24	20555636670	EXPORTADORA ORGÁNICA B & C S.A.C.	1%
25	20556859591	AGROFINO FOODS S.A.C.	1%
26	20566327601	FOOD INC S.A.C.	1%
27	20573912943	CONSORCIO HUASI ALTO ANDINO S.A.C.	1%
28	20602270301	PRAC AGRIBUSINESS FRESH S.A.C.	1%
29	20542089106	S & M FOODS S.R.L.	1%
30	20513347953	MG NATURA PERU S.A.C.	1%
31	20600246888	INCA HEALTH ORGANIC S.A.C.	1%
32	20471988368	FRUCTUS TERRUM S.A.	1%
33	20301552729	SOLID FOOD PERU S.A.C.	1%
34	20536478397	ARGENCROPS PERU S.A.C.	1%
35	20555282339	CONSORCIO DEL VALLE S.A.C	1%
36	20512815601	XPODEKA S.A.C.	1%

Fuente. SIICEX – PROMPERÚ- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Anexo 4
Instrumento: Cuestionario
UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR
DE SAN MARCOS - UNMSM
Especialidad Comercio Internacional

**Cuestionario de las tendencias del consumo de la quinua y exportación
al mercado de los Estados Unidos de América – California por las
principales empresas del Perú, periodo 2013 – 2018**

OBJETIVO: El presente instrumento tiene el objetivo de conocer la percepción de las empresas exportadoras de quinua con respecto a las tendencias, gustos y preferencias de las personas que consumen quinua y su influencia en la exportación de la misma al mercado norteamericano.

DATOS GENERALES:

EMPRESA : _____

NOMBRE : _____

CARGO : _____

INSTRUCCIONES:

Se recomienda leer detenidamente cada una de las preguntas y marcar con un aspa solo una opción dentro del recuadro que usted considere. Se agradecerá responder con veracidad cada una de ellas.

CONSUMO

1. Según su apreciación ¿Qué género tiende a consumir más la quinua en el mercado de los Estados Unidos de América?

Femenino

☐

Masculino

☐

2. Enumere del 1 al 5 según el rango de edad que prefiere el consumo de quinua en el mercado de los Estados Unidos de América - California

Preescolar menor de 5 años

☐

Escolar de 6 a 11 años

☐

Adolescente de 12 a 19 años

☐

Adulto de 20 a 65 años

☐

Ancianos mayores de 65 años

☐

Primera Variable: TENDENCIAS DE CONSUMO DE QUINUA

N°	PREGUNTAS	Sie mp re	Ca si sie mp re	A ve ce s	Ca si nu nc a	Nu nc a
01	¿Las tendencias del consumo de la quinua han influido de manera significativa en la exportación de Perú al mercado de los Estados Unidos de América - California en el periodo 2013-2018?					
02	¿La tendencia hacia una alimentación saludable ha incidido en la exportación de quinua de Perú al mercado de los EE.UU. - California en el periodo 2013-2018?					
03	¿Percibe usted que la población norteamericana, ha consumido quinua por los beneficios que se le atribuye para la salud, en el periodo de estudio?					
04	¿Las personas en los EE.UU. - California, han consumido quinua debido a sus propiedades nutricionales en el periodo de estudio?					
05	¿Piensa que en EE.UU. - California existe una gran cantidad de inmigrantes latinos que han consumido quinua por mantener su costumbre, cultura y tradición en el periodo de estudio?					
06	¿Percibe usted que la versatilidad en la preparación de platos y productos en base a quinua en sus distintas presentaciones son factores que han influido para el consumo de quinua en los EEUU- California en el periodo de estudio?					
07	¿Considera usted que la tendencia hacia el cuidado del medioambiente ha incidido en la exportación de quinua de Perú al mercado de los Estados Unidos de América - California en el periodo 2013-2018?					
08	¿Cree usted que se ha incrementado el consumo de la quinua orgánica en el mercado de los Estados Unidos de América - California en el periodo 2013-2018?					
09	¿Opina usted que la adaptabilidad del cultivo y la variedad genética de la quinua son factores que han influido en la demanda de quinua “para siembra” de Perú al mercado destino en el periodo de estudio?					

10	¿Considera que el Comercio Justo es un sistema comercial que ha contribuido al desarrollo de los pueblos y la lucha contra la pobreza, factor por el cual consumen quinua en el principal país receptor?					
11	¿Concuerda usted que la certificación Fair Trade (Comercio Justo, para lo cual se requiere que los productores cuenten con la debida asistencia técnica) y las condiciones comerciales han impulsado el consumo de quinua en el mercado destino?					
12	¿Cree usted que los valores sociales (diálogo, transparencia, respeto, igualdad) y económicos (salarios adecuados, precio mayor y estable del producto) han influido en la decisión de consumo de quinua de los pobladores de EE.UU. - California en el periodo de estudios?					

Segunda Variable: EXPORTACIÓN DE QUINUA

Nº	PREGUNTAS	Sie mp re	Ca si sie mp re	A ve ce s	Ca si nu nc a	Nu nc a
01	¿Considera usted que la exportación de quinua de Perú a Estados Unidos de América - California se ha incrementado principalmente en el periodo 2013-2018?					
02	¿Percibe usted que se han establecido adecuadas relaciones de intercambio entre Perú y Estados Unidos de América en beneficio de ambos países en el periodo de estudio?					
03	¿La política comercial de apertura de Perú ha influido en la exportación de quinua al mercado de EE.UU. - California en el periodo 2013-2018?					
04	¿Percibe usted que los acuerdos comerciales como el Tratado de Libre Comercio (TLC) han influenciado positivamente para la exportación de quinua de Perú a Estados Unidos de América en el periodo de estudio?					
05	¿Considera que han sido adecuadas las políticas de fomento de exportaciones de quinua del Perú al país receptor en el periodo de estudio?					
06	¿Cree usted que la política arancelaria de Perú ha incidido en la exportación de quinua al					

	mercado de EE.UU. - California en el periodo 2013-2018?					
07	¿La reducción de aranceles ha impulsado a la empresa exportadora a la comercialización de quinua hacia los Estados Unidos de América – California en el periodo de estudio?					
08	¿Considera que la modificación de la estructura arancelaria y la creación de sub partidas arancelarias han logrado el objetivo de manejar un lenguaje común dentro de los negocios internacionales?					
09	¿Cree usted que el transporte internacional ha formado parte importante de la cadena logística, teniendo como elementos inherentes el tiempo y espacio en la exportación de quinua de Perú a Estados Unidos de América en el periodo de estudio?					
10	¿Considera usted que el medio de transporte marítimo ha sido el más utilizado, eficiente y menos costoso para las exportaciones de quinua peruana al mercado norteamericano?					
11	¿Percibe usted que el medio de transporte aéreo ha sido el más costoso y menos empleado para las exportaciones de quinua peruana al mercado norteamericano en el periodo de estudio?					
12	¿Opina usted que el medio de transporte terrestre ha sido ideal para el traslado interno de la quinua de las regiones a los puertos o aeropuertos de Perú para las exportaciones, así como al interior del país destino en el periodo de estudio?					

Elaborado: Br. Pamela Cinthya Ku Soria

Dónde:

- (1) Nunca
- (2) Casi nunca
- (3) A veces
- (4) Casi siempre
- (5) Siempre

Anexo 5

Galería de fotos



Foto N°01: Producción de quinua blanca orgánica en zona andina del Departamento de Puno, principal productor de quinua en el Perú (2015).



Foto N°02: Variedades o ecotipos de quinua.



Foto N°03: Grandes extensiones de producción de quinua en el Departamento de Junín (2016).



Foto N°04: Producción de quinua roja en el Departamento de Ayacucho (2018).



Foto N°05: Quinua negra, roja y blanca las principales variedades para exportación.

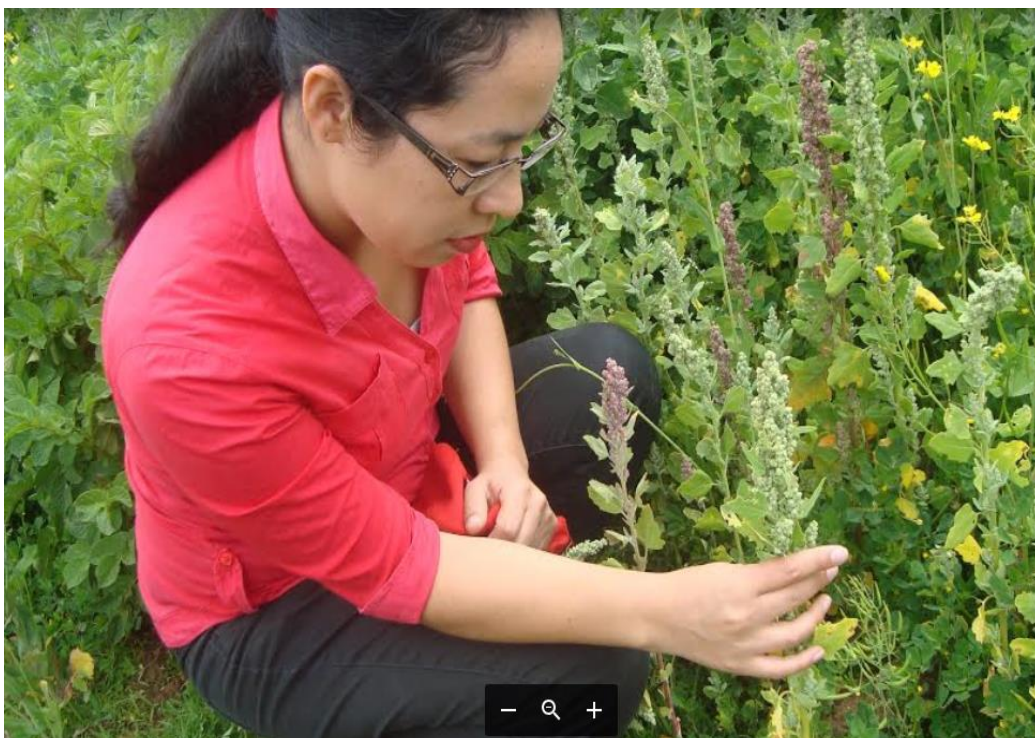


Foto N°06: Pequeñas plantaciones de quinua blanca y roja en el Departamento de Ayacucho (2018).